

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I terkait pendahuluan, penulis berusaha untuk menjelaskan masalah apa yang melatarbelakangi penelitian ini, maksud tujuan dan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini.

1.1. Latar Belakang Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) sering diterapkan oleh beberapa perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kan (2012), CSR sangat populer di kalangan perusahaan dan korporasi besar. CSR menjadi penting bagi sebagian perusahaan karena seharusnya pelaku perusahaan tidak hanya bertanggung jawab memberikan keuntungan kepada pemegang saham, upah kepada karyawan, maupun peningkatan kualitas produk dan layanan kepada konsumen. Mereka juga harus menanggapi masalah dan nilai-nilai sosial dan lingkungan (Riano & Yakovleva, 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh dari laman Environment, Social, and Government Intelligence, selama tahun 2018-2020 sudah ada 292 perusahaan di Indonesia yang menerbitkan *sustainability report* sebagai wujud nyata kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa CSR telah diterapkan di banyak perusahaan di berbagai sektor.

Industri kontroversial memiliki kewajiban moral lebih tinggi untuk memberikan CSR daripada perusahaan dari industri lain. Dalam hal ini, industri kontroversial meliputi perusahaan yang roda usahanya cenderung menyimpang dari norma sosial, seperti perusahaan rokok, alkohol, hiburan dewasa, dan senjata api. *“These company are considered to be sin industries because they largely deviate from social, ethical and environmental standards in the way they make their profits, and it is argued that these firms are of dubious social value”* (Dhandhanian & O’Higgins, 2022, hlm. 2).

Menurut Cai, Jo, dan Pan (2012), perusahaan tersebut memiliki urgensi lebih tinggi untuk memberikan CSR karena mereka memiliki karakteristik yang tabu di masyarakat, dapat menghadirkan perdebatan moral, dan penuh dengan tekanan politik. Untuk itu, penerapan CSR dalam roda bisnis perusahaan

kontroversial diharapkan dapat memberikan setidaknya dampak baik bagi masyarakat.

Namun, pemberian CSR oleh perusahaan kontroversial masih menimbulkan polemik tersendiri di masyarakat. Menurut Saputra (2021), isu moral CSR di sektor industri kontroversial, secara paradoks, menyerupai tindakan 'berbuat buruk sambil berbuat baik'. Praktik CSR di industri kontroversial memiliki pro dan kontra. Pihak yang pro menganggap industri kontroversial berhak menerapkan CSR karena dapat meningkatkan reputasi dan memberikan pihak manajemen kebebasan untuk menentukan strategi bisnisnya. Disisi lain, kontra berpikir bahwa pemerintah harus melakukan normalisasi dan mengatur kegiatan industri kontroversial yang dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial (Cai, dkk, 2012)

Salah satu perusahaan yang termasuk kepada industri kontroversial adalah perusahaan rokok. Perusahaan rokok, sebagai salah satu perusahaan dari industri kontroversial, memiliki tantangan tersendiri dalam pemberian CSR kepada masyarakat. Hal ini disebabkan karena kita semua mengetahui bahwa rokok berdampak negatif bagi kesehatan manusia, sehingga tindakan CSR perusahaan rokok dianggap sebagai upaya legitimasi. "... *the act of tobacco companies i.e. by undertaking CSR has invited a huge controversy which is seen as a platform to maintain its operations*" (Harizan & Hamid, 2015, hlm. 9). Permasalahan tersebut tentunya menjadi sesuatu yang dilematis sebab sebanyak apapun bantuan yang diberikan oleh perusahaan rokok, mereka tetap menebar keburukan secara kesehatan dan sosial melalui produknya.

Salah satu contoh adalah penolakan pemberian bantuan dari Djarum oleh Fakultas Kedokteran UGM. Dikutip dari Tempo.co, seorang penulis senior di FK UGM memprotes pembangunan auditorium dan fasilitas lain di Gedung Pertamina Tower Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang bekerja sama dengan Djarum Foundation senilai Rp 44,3 miliar. Beliau bahkan menolak sama sekali bantuan beasiswa dari Djarum Foundation meskipun kebijakan itu diputuskan di tingkat rektorat. Fenomena ini membuktikan bahwa CSR dari perusahaan rokok sulit diterima di masyarakat, baik skala institusi maupun individu.

Dari sudut pandang penerima, pemberian CSR yang bertolak belakang dengan kepercayaan penerimanya akan menimbulkan konflik diri. Fenomena ini telah diungkapkan dalam hasil pra-penelitian yang dilakukan oleh Wangi (2016, hlm. 8-9) pada tiga penerima bantuan CSR beasiswa perusahaan rokok dan merupakan resisten rokok. Ketiga informan tersebut mengaku memiliki rasa ragu saat hendak mendaftar beasiswa, namun pada akhirnya mereka mengambil keputusan yang bertolak belakang dengan kepercayaannya karena faktor ekonomi. Adanya pertentangan kepercayaan dan tindakan yang muncul secara bersamaan inilah yang mengakibatkan hadirnya konflik diri dalam penerima CSR non perokok dari perusahaan rokok.

Secara empiris, beberapa penelitian terkait CSR perusahaan rokok telah dilakukan. Namun penelitian-penelitian tersebut masih fokus mengkaji dari sudut pandang kritik dan fungsional. Penelitian dengan sudut pandang kritik diantaranya membahas tentang CSR yang bertentangan dengan prinsip etika (Saputra, 2021), tentang CSR sebagai tanggung jawab sosial atau hanya motivasi bisnis belaka (Tandilittim & Luetge, 2015; Trihastuti, 2013).

Sedangkan penelitian dengan sudut pandang fungsional membahas terkait kajian strategis dan organisasional, seperti konflik antara organisasi dan pemerintah. Selain itu juga mengkaji tentang strategi mengakali peraturan pemasaran tembakau (Siahaya & Smits, 2012), strategi program CSR (Anggriawan, 2013), dan pemahaman tentang CSR dalam industri rokok di tengah pro dan kontra terhadap keberadaan dan produknya (Yasmine & Swara, 2022).

Merujuk dari hasil-hasil penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa belum banyak penelitian yang membahas tentang CSR dari sudut pandang penerima. Penelitian terkait CSR industri kontroversial didominasi oleh lingkup korporat. Padahal, penelitian terkait penerimaan CSR industri kontroversial dari sudut pandang penerima dapat membantu perusahaan dalam menentukan langkah strategisnya. Dengan rasionalisasi tersebut, penting untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR dari sudut pandang penerima. Penelitian ini mencoba untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji dalam lingkup individu, yakni proses pemaknaan dan konflik diri pada penerima CSR dari perusahaan di industri

kontroversial, yang mana belum pernah dilakukan oleh penulis lain. Dalam hal ini, penulis ingin mengkaji salah satu perusahaan rokok yang melaksanakan CSR di Indonesia, yakni Djarum.

Dalam program CSR, menurut pengamatan penulis, Djarum memiliki beberapa keunggulan secara kualitas dan kuantitas jika dibandingkan dengan kompetitornya. Djarum Foundation memiliki lima program utama yang didalamnya berisikan program-program mikro. Dikutip dari laman Djarum Foundation, CSR Djarum per tahun 2020 sudah berdampak kepada lebih dari 750.000 orang di seluruh Indonesia. Sedangkan perusahaan kompetitornya, seperti Sampoerna dan Gudang Garam, masih belum menghasilkan dan melaporkan dampak kuantitas yang banyak. Usia program CSR nya pun jauh lebih muda apabila dibandingkan dengan program dari Djarum Foundation.

Secara kualitas pun, program Djarum Foundation lebih populer dibandingkan dengan program dari perusahaan rokok lainnya. Berdasarkan hasil observasi penulis, orang akan cenderung bisa menjawab apabila ditanya program CSR apa yang dilakukan oleh Djarum. Sedangkan apabila ditanya tentang perusahaan kompetitornya, orang cenderung tidak tahu dan tidak bisa menjawabnya. Dengan berbagai kelebihan baik secara kualitas maupun kuantitas, maka Djarum Foundation dipilih sebagai kajian bagi penulis.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis sebagai penerima Djarum Beasiswa Plus (Beswan Djarum) angkatan 38, sejumlah rekan penerima merupakan non perokok. Hal tersebut bisa jadi menimbulkan konflik diri bagi Beswan Djarum. Mereka bertindak bertolak belakang dengan kepercayaan yang mereka pegang. Fenomena ini tentunya dapat menimbulkan pertanyaan baru, tentang bagaimana mereka mengambil keputusan untuk menerima bantuan dari perusahaan rokok yang bertolak belakang dengan kepercayaannya.

Pengambilan judul penelitian mengenai “Makna Menjadi Penerima Program *Corporate Social Responsibility* dari Perusahaan Rokok (Studi Fenomenologi pada Penerima Beasiswa Nonperokok)” didasari untuk mengkaji dan mengetahui bagaimana cara penerima nonperokok bertindak dalam menghadapi konflik diri tersebut. Selaras dengan Teori Disonansi Kognitif oleh

Festinger (dalam Yahya & Sukmayadi, 2020) yang menjelaskan bahwa ketika ada ketidakselarasan antara sikap dan perilaku, tentu ada langkah yang harus diambil guna mengurangi disonansi tersebut. Maka dari itu, penulis mengkaji hal ini untuk mengungkap lebih banyak fakta sosial mengenai perspektif individu, khususnya bagi penerima non-perokok dalam memaknai CSR dari perusahaan rokok yang ia terima.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah pokok “Makna Menjadi Penerima Program *Corporate Social Responsibility* dari Perusahaan Rokok (Studi Fenomenologi pada Penerima Beasiswa Nonperokok)” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana makna menjadi penerima program CSR perusahaan rokok yang merupakan non-perokok?
2. Bagaimana konsep diri penerima program CSR perusahaan rokok yang merupakan non-perokok?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif, sehingga segala hasil penelitian yang ada hanya sekedar memberikan gambaran terhadap keadaan sosial di masyarakat. Penelitian dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan, diantaranya adalah:

1. Mendeskripsikan makna menjadi penerima program CSR perusahaan rokok yang merupakan non-perokok
2. Menjelaskan konsep diri penerima program CSR perusahaan rokok yang merupakan non-perokok

1.4. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Berdasarkan penyusunan latar belakang masalah dan tujuan penelitian, penulis berharap penelitian ini kemudian dapat memberikan manfaat secara akademik maupun nonakademik. Manfaat yang penulis harapkan diantaranya adalah sebagai berikut

1.4.1. Segi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan referensi tambahan dalam Ilmu Komunikasi, khususnya bidang komunikasi interpersonal, komunikasi antarpersonal, psikologi komunikasi, komunikasi bisnis, dan komunikasi korporasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber pustaka bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia praktis kehumasan, khususnya CSR, dengan cara memberikan ilmu pengetahuan dan pemahaman baru dari sudut pandang penerimanya guna pengaplikasian secara praktis di industri. Selain itu penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi *policy brief* pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan terkait CSR dari industri kontroversial.

1.5. Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini memuat lima bab yang saling berkesinambungan. Setiap bab ditulis dengan beberapa sub-bab sebagai pengembangan uraian skripsi. Skripsi disajikan dengan skema berikut:

1. Bab 1 (Pendahuluan) memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, dan struktur organisasi skripsi
2. Bab 2 (Kajian Pustaka) memuat kajian yang komprehensif terkait variabel yang diajukan dalam penelitian, bab ini juga memuat keterkaitan dengan penelitian terdahulu dan alur pemikiran yang diterapkan dalam penelitian.
3. Bab 3 (Metodologi Penelitian) memuat informasi terkait desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan isu etik.
4. Bab 4 (Temuan dan Pembahasan) memuat hasil penelitian dan pembahasannya sesuai rumusan masalah yang dibahas
5. Bab 5 (Penutup) memuat kesimpulan penelitian, implikasi, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.