

EFEKTIVITAS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
(CSR) “EKOWISATA MANGROVE WONOREJO” SURABAYA

(Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Program Corporate Social  
Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Oleh PT.Pertamina  
(PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

HYRNANDA PUSPITASARI

1043010061

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2013

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Surabaya (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Oleh PT.Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya)”.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan – kekurangan. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Selain itu, penulis juga menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Saifuddin Zuhri, Drs, Msi selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Dosen – dosen Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur (Bu Syafrida, Bu Ade, Bu Heidy, Abi) terima kasih untuk segala ilmunya.
5. Mbak Alih Istik Wahyuni selaku Asst Customer Relations PT. Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya, terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk membantu pengerjaan skripsi ini.. Be Success mbak Alih..
6. Mamaku Tercinta dan Papaku Tersayang yang selalu menjadi tujuan utamaku agar aku selalu melakukan yang terbaik untuk Mama dan Papa. Love You mom and dad..
7. Adekku Hyrnanda Era Dewanti dan Hyrmawan Taufan Dewantara, terimakasih adek-adekku yang selalu memberi semangat dan selalu mendampingi saat pengerjaan skripsi, baik di rumah maupun di luar sampai larut malam.
8. My Lovely Teetoot Chris Ellmanda, yang selalu mensupport aku, selalu bersedia menjadi tempat curahan dan selalu memberikan ilmu banyak serta saran tentang pengerjaan skripsi ini, Love you dear..
9. My Partner Fiddien Merinda, Terima kasih banyak atas waktu, support, kerjasama, nasihat, sharing pendapat, dan semuanya..Sahabat Seperjuanganlah..
10. Sahabat-sahabat luar biasa yang tak sekedar memotivasi dari sebelum berlangsungnya proses skripsi hingga selesainya skripsi ini, sekaligus menjadi moodboster for me: Yunita Mariana (si konyol), Indah Safitri (si straight face), Lovina Anggun (si cuek), Sinta Novita (si ricuh, anggota yang belum diospek tapi udah belagu+songong) hahahaha ^-^v..

11. Laboratorium UPN Televisi, teman-teman seperjuangan angkatan 9 UPNTV (Mbak Fifi, Jojo, Umik, Bonek, Enta, Ahong, Repo, Yayas, Riri, Icha, Heni) terimakasih atas semangatnya. Lulus bareng ayo rek..

12. Mbak Nyit, Mas Kiki, Mbak Lila, Mbak Mela, Baim, Amir, Rama, Rizka Yuanita, Dianta Immanuel dan adek-adek UPNTV yang selalu support dan membantu atas pengerjaan skripsi ini. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 28 November 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13

2.2. Landasan Teori .....	15
2.2.1. Definisi Komunikasi .....	15
2.2.2. Faktor-faktor Penunjang Komunikasi Efektif.....	16
2.2.3. Tujuan Komunikasi.....	18
2.2.4. Strategi Komunikasi.....	18
2.2.5. Hambatan Komunikasi.....	20
2.2.6. Interaksi Dalam Perspektif Sosiologi.....	21
2.3. Public Relations.....	24
2.3.1. Pengertian Public Relations.....	24
2.3.2. Tujuan Public Relations.....	25
2.3.3. Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen.....	25
2.4. Corporate Social Responsibility (CSR) .....	27
2.4.1. Definisi Corporate Social Responsibility.....	27
2.4.2. Lingkup Corporate Social Responsibility.....	29
2.4.3. Bentuk Implementasi Corporate Social Responsibility.....	30
2.4.4. Dampak Kegiatan Corporate Social Responsibility.....	31
2.4.5. Manfaat Corporate Social Responsibility.....	32
2.5. Efektivitas .....	35
2.5.1. Definisi Efektivitas.....	35
2.5.2. Konsep Efektivitas.....	36
2.5.3. Efektivitas Komunikasi.....	37
2.5.4. Pendekatan Terhadap Efektivitas.....	38

2.5.5. Cara Pengukuran Terhadap Efektivitas.....	40
2.5.6. Masalah dalam Pengukuran Efektivitas.....	40
2.6. Kerangka Berpikir .....	45

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.1.1. Definisi Operasional.....	48
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	57
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	61
3.2.1. Populasi .....	61
3.2.2. Sampel.....	62
3.2.3. Teknik Penarikan Sampel.....	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4 Metode Analisis Data .....	65

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah PT. Pertamina (Persero).....	67
4.1.1. Identitas Perusahaan.....	68
4.1.2. Visi dan Misi PT.Pertamina (Persero).....	68
4.1.2.1. Visi.....	68
4.1.2.2. Misi.....	69
4.1.3. Logo PT.Pertamina (Persero).....	69

4.1.4.	External Relations Marketing Operation Region V.....	70
4.1.5.	Fungsi External Relations Marketing Operation Region V.....	71
4.1.6.	Peran External Relations Marketing Operation Region V.....	72
4.1.7.	Tata Kelola External Relations Marketing Operation Region V.....	73
4.1.8.	Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	77
4.1.8.1.	Program CSR External Relations PT.Pertamina (Persero) Marketing Operation Region V “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Surabaya.....	79
4.2.	Penyajian Data dan Analisis Data.....	79
4.2.1.	Identitas Responden.....	79
4.2.2.	Sumber Informasi.....	83
4.2.3.	Deskriptif Penelitian Efektivitas.....	84
4.2.3.1.	Penanaman Mangrove.....	85
4.2.3.2.	Efektivitas Penanaman Mangrove.....	97
4.2.3.3.	Jaring Sampah.....	98
4.2.3.4.	Efektivitas Jaring Sampah.....	111
4.2.3.5.	Sarana Gazebo.....	113
4.2.3.6.	Efektivitas Sarana Gazebo.....	125
4.2.3.7.	Walking Track.....	127
4.2.3.8.	Efektivitas Walking Track.....	137



4.3. Efektivitas Program Corporate Social Responsibility “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Surabaya.....	139
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	147
5.2. Saran.....	150
DAFTAR PUSTAKA.....	152
LAMPIRAN.....	155

## ABSTRAKSI

HYRNANDA PUSPITASARI. EFEKTIVITAS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) “EKOWISATA MANGROVE WONOREJO” (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Oleh PT.Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya).

Perusahaan perlu membangun citra yang baik terhadap masyarakat sehingga dapat menguntungkan bagi perusahaannya. PT. Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya memiliki kewajiban untuk ikut bertanggung jawab dalam menyelamatkan kerusakan lingkungan di Surabaya, program Corporate Social Responsibility tersebut adalah Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya.

The Macro Model Of Public Relations Evaluation digunakan, untuk mengukur Efektivitas suatu program yang dilakukan oleh Public Relations suatu Perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat atau pengunjung Ekowisata Mangrove Wonorejo yang berusia 17 tahun – 60 tahun yang mengetahui program CSR Pertamina yaitu Ekowisata Mangrove dengan asumsi responden mengerti tentang apa yang sedang diteliti yang nantinya akan berpengaruh pada keakuratan data yang dihasilkan. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan tipe sampling accidental sampling. Berdasarkan teknik sampling tersebut, diperoleh jumlah responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan analisis hasil survey yang dilakukan peneliti mengenai efektivitas program CSR Ekowisata Mangrove Wonorejo, secara keseluruhan total skor dari masing-masing indikator program CSR Ekowisata Mangrove ini dapat disimpulkan termasuk program corporate social responsibility yang efektif.

Kata Kunci : Efektivitas, Corporate Social Responsibility (CSR), The Macro Model Of Public Relations Evaluation

### ABSTRACT

The company need to establish a good image to the public so it can be profitable for the company. PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region V Surabaya has a duty to take responsibility in saving the environmental damage in Surabaya, these Corporate Social Responsibility program are Mangrove Ecotourism of Wonorejo Surabaya.

The Macro Model of Public Relations Evaluation is used to measure the effectiveness of a program that conducted by the Public Relations of the company. The research method that used is descriptive quantitative research. The population of this research were societies or visitors of Wonorejo Mangrove Ecotourism who aged 17 – 60 years who know the CSR program of Pertamina that is Mangrove Ecotourism with assuming that the respondents understand what is being researched that in the next it will affect the accuracy of the data that resulted. The sampling technique in this study was using a non-probability sampling technique with accidental sampling type. Based on that sampling technique, the number of respondents was obtained as many as 100 people.

Based on the analysis of the survey results that conducted by researcher on the effectiveness of CSR programs in Wonorejo Mangrove Ecotourism, the overall total score of each Ecotourism Mangrove CSR program indicators can be included that corporate social responsibility program are effective.

Keywords : Effectiveness, Corporate Social Responsibility (CSR), The Macro Model Of Public Relations Evaluation

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan perlu membangun citra yang baik terhadap masyarakat sehingga dapat menguntungkan bagi perusahaannya. Mereka juga meyakini bahwa citra perusahaan yang positif dan menguntungkan adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang dalam menjalankan suatu program. Citra yang menguntungkan bagi perusahaan dapat diperoleh melalui penciptaan program yang berkualitas, akurat dan tepat guna untuk masyarakat sekitar. Sebuah program dapat dikatakan berkualitas jika mampu menguntungkan, bermanfaat, dapat dipertanggungjawabkan, tepat sasaran dan sesuai dengan target yang diinginkan.

Sebuah perusahaan juga dituntut akan pentingnya sebuah hubungan yang baik dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya, dengan membangun hubungan yang lebih baik, maka akan terbentuk sebuah hubungan yang harmonis antara perusahaan atau industri dengan lingkungannya. Tingkat kesadaran masyarakat itulah yang kemudian memunculkan kesadaran baru tentang melaksanakan tanggung jawab sosial yang dikenal dengan CSR (Corporate Social Responsibility), selain itu pemahaman ini memberi tuntunan bahwa perusahaan bukan hanya sebuah identitas yang hanya mementingkan diri sendiri, melainkan sebuah identitas usaha yang perlu melakukan adaptasi dengan lingkungan sosialnya. Corporate Social Responsibility adalah sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan

membangun hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Program Corporate Social Responsibility sangat penting diterapkan dalam perusahaan, karena nantinya akan muncul keseimbangan antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar (Salamah,2008).

Meningkatnya jumlah kendaraan , pabrik, penduduk, dan fasilitas yang menunjang aktivitas manusia membuat tingkat polusi udara di dunia semakin meningkat. Tingkat pencemaran di Indonesia sudah mencapai tahap yang mengkhawatirkan. Menurut World Bank, Jakarta menjadi salah satu kota dengan kadar polutan tertinggi setelah Beijing, New Delhi, dan Mexico City. Tingkat polusi udara diukur dari kadar partikel dalam udara yang disebut PM10. Batas maksimal PM10 yang direkomendasikan WHO adalah kurang dari 20 mikrogram/ m<sup>3</sup>. Kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta dan Surabaya memiliki tingkat polusi yang jauh di atas batas aman WHO. Kota Surabaya justru memiliki kualitas udara yang lebih parah dari Jakarta. Dengan kadar polusi PM10 di Kota Jakarta 48,5 mikrogram/m<sup>3</sup> per tahun sementara di Surabaya nilainya mencapai 69 mikrogram/m<sup>3</sup> per tahun.

(<http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/114333>, diakses 28 Agustus 2013, 14:30 WIB).

Sumbangan terbesar pencemaran udara di Indonesia adalah emisi gas buang dari kendaraan bermotor, yaitu sekitar 85%. Hal tersebut diakibatkan karena meningkatnya jumlah pengguna kendaraan bermotor. Selain penggunaan kendaraan bermotor yang berlebihan, hal tersebut juga diakibatkan perawatan kendaraan yang tidak memadai, pemakaian bahan

bakar yang buruk, biasanya memiliki kadar timbal yang tinggi. Selain itu kebakaran hutan dan perindustrian juga cukup berperan. Dampak yang ditimbulkan dari pencemaran udara tersebut juga mempengaruhi penduduk dan lingkungannya. Dampak lain bagi lingkungan adalah menghambat fotosintesis pada tumbuhan yang merupakan sumber oksigen bagi manusia. (<http://green.kompasiana.com/polusi/2013/01/02/tingkat-pencemaran-udara-indonesia-tertinggi-ketiga-di-dunia-bagaimana-cara-mengatasinya-520856.html>, diakses 27 Agustus 2013, 12:30 WIB).

Di Indonesia telah ditetapkan peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengenai kewajiban BUMN Indonesia untuk menyelenggarakan Corporate Social Responsibility atau program Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Sebagai salah satu BUMN PT. Pertamina (Persero) telah melaksanakan program Corporate Social Responsibility dari tahun 1957. Produksi migas Pertamina sebesar 461.640 boepd atau naik tipis dibandingkan dengan capaian 2011 sebesar 457.640 boepd. Peningkatan produksi tersebut juga diikuti dengan penambahan cadangan migas yang mencapai 453,37 juta barel setara minyak selama 2012.

Corporate Social Responsibility Pertamina mencakup empat inisiatif pemberdayaan, yaitu peningkatan kualitas pendidikan, pemberdayaan kesehatan, peningkatan kualitas lingkungan hidup, peningkatan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat. Sesuai visi Corporate Social Responsibility "Menuju Kehidupan yang Lebih Baik", program-program tersebut diselaraskan dengan tujuan pembangunan Millenium Development Goals

(MDGs) dan mendukung komitmen Indonesia terhadap program Reducing Emissions Deforestation and Forest Degradation (REDD+), yang merupakan suatu mekanisme global yang bertujuan untuk memperlambat perubahan iklim dengan memberikan kompensasi kepada Negara berkembang untuk melindungi hutannya. Hal ini diprioritaskan sekaligus untuk membantu masyarakat dan pemerintah di sekitar unit operasi Pertamina dalam memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan. (<http://www.pertamina.com/SocialResponsibility.aspx>), diakses 26 Agustus 2013, 15:15 WIB).

Ernayeti Senior Officer Education PT.Pertamina

“Pertamina sebagai salah satu penghasil energi fosil O2 dan ingin mengimbangi kondisi polusi udara dengan penanaman pohon, sehingga diimbangi dengan penanaman pohon yang nantinya menghasilkan O2.”

(<http://m.okezone.com/read/2012/05/16/320/630803>), diakses 27 Agustus 2013, 15:30 WIB).

PT. Pertamina (Persero) sebagai perusahaan energi memiliki tuntutan untuk menekan emisi di Indonesia serendah mungkin. Berbagai program sosial kemasyarakatan yang dilakukan oleh Pertamina mengacu pada semangat membudayakan pola hidup green. Yakni pola hidup ramah lingkungan dan tetap mengutamakan kelestarian alam. Maka Corporate Social Responsibility di bidang lingkungan merupakan program yang sudah menjadi bentuk tanggung jawab Pertamina terhadap alam. Pertamina juga mempunyai program yang cukup besar dari 2011-2015 bernama “Program Pertamina Sobat Bumi”. Program tersebut terdiri dari penghijauan di Bandara, Penanaman pohon mangrove, penghijauan di wilayah bekas letusan Merapi,

penanaman Hutan Kota,dll. Pertamina menyesuaikan dana Corporate Social Responsibility dengan keuntungan. Jika untungnya besar, maka dananya juga akan besar. Namun, kecenderungannya naik. Pada 2008 sekitar Rp 80 miliar, pada 2009 sekitar Rp 120 miliar, dan 2010 sampai sebesar Rp 250 miliar.

(<http://m.antaranews.com/berita/307540/pertamina-tanam-100-juta-pohon>),

diakses 26 Agustus 2013, 17:50 WIB).

Mangrove memiliki peranan penting bagi lingkungan sebagai nursery ground untuk menumbuhkan makhluk hidup yang bermanfaat bagi manusia, terutama nilai ekonomi namun tetap bersahabat dengan lingkungan.

Karen Agustiawan Direktur Utama Pertamina

“Mangrove diyakini memiliki nilai ekonomi. Peralnnya dapat memperbaiki habitat satwa dan biota air. Mangrove juga dapat mengurangi terjadinya intrusi air laut. Bahkan juga dapat menstabilkan garis pantai dari gerusan abrasi sehingga dapat mencegah terjadinya banjir. Pohon Mangrove juga mampu menyerap karbon dioksida dan menghasilkan gas oksigen dua kali lipat dibandingkan pohon lain. Ini artinya, bila suatu daerah mempunyai hutan mangrove yang luas, maka suhu udara makin sejuk dan udara makin sehat.” (<http://www.jurnas.com/mobile-news/47471>), diakses 27 Agustus 2013, 18:00 WIB).

Pertamina berkomitmen untuk terus berpartisipasi dalam menyelamatkan lingkungan terutama kawasan hutan mangrove di sekitar wilayah operasinya. Penanaman Mangrove dilaksanakan di seluruh Indonesia salah satunya adalah di Jakarta dan Surabaya, mengingat Jakarta dan Surabaya merupakan kota polusi tingkat tertinggi di Indonesia. PT, Pertamina telah melakukan kegiatan penanaman pohon Mangrove di Arboretum Mangrove Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.

Karen Agustiawan Direktur Utama Pertamina

“Upaya penanaman Mangrove di kawasan Arboretum ini merupakan komitmen Pertamina peduli lingkungan dengan cara memperbaiki ekosistem Mangrove Jakarta. Karen juga menghimbau agar kedepannya mungkin dapat dilakukan kajian lebih lanjut untuk menggali potensi ekonomi dari hutan Mangrove seperti halnya yang dilakukan Pertamina Marketing Operation Region V Surabaya. Buah Mangrove berhasil diolah menjadi produk makanan.”

([http://www.jurnas.com/news/47471/Wujud Peduli Lingkungan, Pertamina Tanam Mangrove/1/Ekonomi/Ekonomi](http://www.jurnas.com/news/47471/Wujud_Peduli_Lingkungan_Pertamina_Tanam_Mangrove/1/Ekonomi/Ekonomi)), diakses 27 Agustus 2013, 18:15 WIB).

Pada tahun 2009 di kawasan Mangrove Wonorejo terjadi pembalakan liar dengan pengurangan lahan seluas 5 hektar. Selain itu sejak tahun 2005-2010 luasan hutan mangrove di kelurahan Wonorejo terus mengalami kerusakan sekitar 0,5 ha setiap tahunnya karena abrasi pantai. Asst.Community Development (external relations) Pertamina Marketing Operation Region V Surabaya membuat program Corporate Social Responsibility dikarenakan kondisi hutan Mangrove yang memprihatinkan ini. Sehingga program CSR Pertamina “Ekowisata Mangrove Wonorejo” berfungsi sebagai penyelamat dan upaya melestarikan hutan Mangrove, juga bertujuan agar ekosistem (burung, kera, tumbuhan mangrove) tidak rusak dan punah.

Pertamina telah melaksanakan penanaman 10.000 mangrove di ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. Penanaman mangrove tersebut dihadiri oleh Presiden Federasi Serikat Pekerja Pertamina Bersatu (FSPPB) Ujan Gandar, beserta 17 tim serikat pekerja di seluruh Indonesia, perwakilan dari perusahaan-perusahaan lain, dan manajemen Pertamina Marketing Operation Region V.



Ugan Presiden Federasi Serikat Pekerja Pertamina Bersatu  
 “Kegiatan penanaman mangrove ini merupakan kegiatan Pertamina yang berkesinambungan. Sebelumnya, dalam Corporate Social Responsibility Pertamina juga sudah ditanam 10.000 di tahun 2011. Sehingga total menjadi 20.000 tanaman mangrove”.

Pertamina sendiri juga sudah melakukan berbagai kegiatan pelestarian untuk wilayah itu sejak tahun 2010. Dalam proyek ekowisata mangrove wonorejo, Pertamina mengusung konsep sport, education, dan entertainment, selain itu untuk memenuhi kebutuhan Keluarga dan kalangan muda Surabaya, Pertamina menambah sarana gazebo serta zona penanaman mangrove, walking track berbahan bambu, dan jaring sampah. Tidak hanya itu, sarana rekreasi ini juga didesain bagi pengunjung untuk ikut peduli lingkungan alam dan mencintai ekosistem di kawasan Mangrove.

Ketua Pengelola Ekowisata Mangrove Wonorejo Djoko Suwondo  
 “partisipasi Pertamina sangat membantu mengembalikan ekosistem di sekitar Wonorejo yang batasan tanah dengan laut semakin tergerus (abrasi).”

(<http://surabaya.tribunnews.com/2013/03/02/tanam-10-ribu-mangrove-di-hut-ke-10>), diakses 27 Agustus 2013, 19:00 WIB).

Pertamina Marketing Operation Region V Surabaya sebagai anak perusahaan dari PT. Pertamina (Persero) yang bergerak dalam bidang produksi dan distribusi BBM memiliki kewajiban untuk ikut bertanggung jawab dalam menyelamatkan kerusakan lingkungan di Surabaya, disamping itu WHO mencatat kota Surabaya justru memiliki kualitas udara yang lebih parah dari Jakarta. Oleh karena itu, sesuai dengan visi dan misi yang dijadikan sebagai landasan bagi seluruh aktivitas perusahaan, PT Pertamina memiliki dan telah menjalankan program-program Corporate Social Responsibility dengan baik

yang bertujuan untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan untuk generasi yang akan datang. Melalui Corporate Social Responsibility bidang lingkungan (Pertamina Sobat Bumi), seperti program Ekowisata Mangrove Wonorejo yaitu Penanaman 10.000 Mangrove, walking track, jaring sampah, dan gazebo sebagai upaya para pekerja Pertamina turun langsung melestarikan lingkungan dan mengimbangi kondisi polusi udara dengan penanaman pohon sehingga nantinya menghasilkan oksigen. Selain itu, program Corporate Social Responsibility ini memiliki tujuan yaitu meningkatkan kesehatan bumi dan lingkungan kita. Dari program Mangrove ini, Pertamina juga dapat mempersuasif orang lain atau pihak lain untuk juga waspada dan mencintai lingkungan. Daya tarik lainnya dari mangrove Wonorejo Surabaya adalah menjadi satu diantara dua kawasan mangrove di Indonesia yang bakal dijadikan percontohan dalam proyek Mangrove Ecosystem Conservation and Sustainable Use (MECS). Bozem Wonorejo, di Pantai Timur Surabaya (Pamurbaya), yang masih dalam tahap pengembangan, selain difungsikan sebagai bendungan juga bermanfaat sebagai wisata air dan ekowisata. Ide pengembangan wisata mangrove Surabaya ini, sekaligus sebagai upaya untuk memanfaatkan waduk untuk mengendalikan banjir.

Daya tarik lain dari Ekowisata Mangrove Wonorejo yang menjadi kebanggaan warga kota Surabaya, sarana rekreasi ini pun makin ditata dan dijadikan salah satu tempat referensi bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara. Hal tersebut tidak luput dari sentuhan inovatif dari Pertamina sebagai salah satu wujud dari program CSR.

Ketua pengelola Ekowisata Mangrove Wonorejo Djoko Suwondo “Tempat ini memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung datang berwisata pantai dan wisata hutan bakau yang ditumbuhi berbagai jenis tumbuhan mangrove.” (<http://www.ekowisata-mangrove-wonorejo.com/surabaya%20patut%20berbangga.html>), diakses 2 September 2013, 12:15 WIB).

Ada dua pilihan untuk pengunjung menikmati pemandangan alam hutan mangrove yang gratis dan berbayar. Jika pengunjung memilih yang tidak berbayar atau gratis, maka bisa melalui jalan setapak sejauh sekitar 500 meter menyusuri pinggiran sungai. Pilihan menikmati keindahan hutan mangrove lainnya yaitu dengan menyewa perahu seharga Rp 25.000,-/orang. Terdapat dermaga kecil di pintu masuk objek wisata yang letaknya di pinggiran sungai. Perahu yang mengantarkan kita menuju ke muara sungai dan langsung berjumpa dengan laut bagian timur Surabaya, muat sekitar 20 orang dewasa. Tiba di pondok bambu yang sengaja dibangun untuk tempat peristirahatan bagi pengunjung dan sebagai salah satu spot andalan ekowisata hutan mangrove ini. Ada dua pondok yang dibangun dengan jarak yang berdekatan. Satu diantaranya dibangun 2 tingkat sehingga dari lantai bagian atas, kita dapat melihat pemandangan hutan bakau secara keseluruhan dan laut lepas. (<http://palingindonesia.com/ekowisata-mangrove-alternatif-spot-liburan-di-surabaya/>), diakses 2 September 2013, 13:05 WIB).

Iswandi Pengurus Ekowisata Mangrove Wonorejo “Masih terdapat kritik dan saran dari pengunjung yaitu sarana atau fasilitas dari Ekowisata Mangrove dinilai masih kurang lengkap. Tidak adanya sarana bermain anak-anak dan jaring sampah yang berada di Pantai Timur Surabaya tepatnya di dekat gazebo masih terdapat sampah yang masuk ke dalam Hutan Mangrove.”

Karena masih terdapat kritik dan saran dari pengunjung mengenai masih ada sampah yang masuk ke dalam Hutan Mangrove dari sungai Jagir dan tidak adanya sarana bermain anak-anak di lokasi wisata, tetapi Mangrove Wonorejo Surabaya menjadi satu diantara dua kawasan Mangrove di Indonesia yang dijadikan percontohan dalam proyek Mangrove Ecosystem Conservation and Sustainable Use (MECS).

Berdasarkan uraian diatas maka Peneliti tertarik untuk mengetahui efektivitas program Corporate Social Responsibility “Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya” yaitu penanaman mangrove, jaring sampah, walking track, dan sarana gazebo yang dilakukan oleh Asst.Community Development PT. Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya. Ekowisata Mangrove Wonorejo merupakan sarana rekreasi yang ditujukan untuk umum yaitu seluruh masyarakat di Indonesia hingga mancanegara. Pengunjung Mangrove Wonorejo dibedakan menjadi dua kategori yakni pengunjung dewasa dan anak-anak. Peneliti mengambil batasan umur responden yang berusia 17 tahun sampai 60 tahun hal ini didasarkan pendapat Hurlock bahwa individu yang sudah berumur 17 tahun sampai 60 tahun sudah mulai tertarik dengan fenomena-fenomena sosial dan dianggap sudah dapat menganalisa fenomena-fenomena tersebut (Hapsari, 2002:12) serta dapat mempertanggungjawabkan atas pernyataan mengenai program Pertamina yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) Ekowisata Mangrove Wonorejo. Efektivitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan secara tepat.

Efektivitas mengenai Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya menarik untuk diteliti mengingat Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya adalah program Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh PT. Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region V Surabaya untuk turut mengimbangi kondisi polusi udara dengan penanaman pohon serta untuk meningkatkan kesehatan bumi dan lingkungan kita, sebagaimana menurut data WHO, Surabaya merupakan salah satu kota dengan tingkat polusi udara tertinggi di Indonesia. Dengan penggunaan variabel efektivitas diharapkan Peneliti mendapat uraian persamaan tujuan dan harapan perusahaan dalam meningkatkan reputasi atau citra perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Surabaya.

### 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah “Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Surabaya”.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui “Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Ekowisata Mangrove Wonorejo” Surabaya”.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini akan diperoleh manfaat antara lain :

##### 1. Bagi Peneliti

Berguna untuk memahami dan mengembangkan ilmu pengetahuan berdasarkan teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah mengenai studi Ilmu Komunikasi beserta media komunikasi perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan citra perusahaan yang akan sangat menambah pengetahuan Peneliti.

##### 2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini dapat memperbaiki, mempertahankan, dan meningkatkan program Corporate Social Responsibility lainnya terutama untuk Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya dalam efektivitasnya.

##### 3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dengan adanya penelitian ini, maka Peneliti berharap dapat mendorong para peneliti lain untuk lebih meningkatkan inovasi baru dan mengembangkan kreativitas penelitian lebih lanjut agar lebih mendapat manfaat yang lebih.