

Perencanaan Komunikasi Corporate Social Responsibility Pertamina RU II Sei Pakning dalam Pengembangan Ekowisata Arboretum Gambut

Rizki Mutiara Nizam^a, Yasir Yasir^{b*},

^aProgram Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau

^bProgram Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau

*yasir@lecturer.unri.ac.id

Abstract. *Pertamina's CSR program through the development of nature conservation-based tourism and education is carried out due to the impact of forest and peatland fires. This study aims to determine the CSR communication planning model of PT Pertamina RU II Sungai Pakning in the development of Marsawa Peat Arboretum Ecotourism. This study uses a qualitative research method with a case study approach. The results of this study indicate that PT Pertamina's CSR communication planning in ecotourism development uses the following steps: problem analysis and research; formulation of communication policies and programs; communication action; and evaluation. Through CSR activities with the community, Pertamina CDO has developed a peat arboretum as a tourist attraction area as a basis for reporting and spreading the image of a company that cares about the environment. The public welcomes the Marsawa peat arboretum ecotourism. Apart from being a tourist attraction, its existence can also provide education and exciting experiences about the importance of protecting the peat environment. The development of peat ecotourism must get support from various stakeholders, especially local governments, so that its existence can have a broad impact on economic development and public awareness of the peat environment.*

Keywords: *communication planning, CSR, tourism communication, ecotourism, peatland*

Pendahuluan

Pariwisata memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi serta peningkatan sumber pendapatan masyarakat (Ali, 2018; Nagarjuna, 2015). Bahkan, pariwisata memiliki peranan untuk mengurangi adanya ketidaksetaraan dan ketimpangan ekonomi (Giampiccoli, 2020). Peran pembangunan pariwisata penting dalam proses pembentukan destinasi wisata di setiap daerah. Destinasi wisata berpotensi menjadi sebuah wisata yang memiliki nilai positif dalam mengembangkan ekonomi masyarakat baik di daerah sekitar objek wisata, maupun di daerah penunjangnya. Sejalan dengan ini, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 3 menjelaskan bahwa “Kepariwisataaan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat” (Pemerintah Indonesia, 2009).

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) memiliki berbagai bentuk destinasi wisata. Salah satunya wisata alam yang berwawasan lingkungan dan masih terjaga kelestarian serta keindahan objeknya. Salah satu wisata alam yang memiliki multifungsi wisata adalah ekowisata pada lahan gambut. Ekowisata merupakan objek wisata berbasis alam yang berfokus pada pendidikan dan pengalaman tentang ekosistem alam. Ekowisata ini dikelola dengan menggunakan suatu sistem pengelolaan sehingga dapat memberikan dampak positif pada lingkungan, tidak bersifat konsumtif serta berorientasi lokal (Arida, 2017).

Indonesia memiliki wilayah dengan ekosistem gambut yang sangat besar dengan total luas sebesar 24.667.804 hektar yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia mulai dari wilayah Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, sampai Papua. Lahan gambut memiliki peran penting dalam mendukung pelestarian ekosistem. Gambut memiliki penyimpanan karbon terbesar. Namun, di sisi lain lahan gambut juga mudah rusak dan

rapuh apabila disalahfungsikan. Dari luas 14,9 juta hektar tersebut, kawasan lahan gambut tropis diakui sebagai yang terbesar di dunia dan telah mendapatkan pengakuan berdasarkan ketentuan dari Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. SK.129/MENLHK/SETJEN/PKL.0/2/2017 mengenai Penetapan Peta Kesatuan Hidrologis Gambut Nasional.

Lahan gambut memiliki fungsi sebagai sumber daya alam serta berperan penting dalam keseimbangan iklim. Lahan gambut memiliki keunikan, yakni memiliki komponen lahan yang cenderung basah. Lahan gambut dapat menjadi kering saat musim kemarau yang berkepanjangan, menyebabkan tingginya potensi kebakaran. Apabila tidak dikelola dengan baik dan benar, hutan gambut ini akan semakin rusak. Salah satu bencana kebakaran lahan gambut yang pernah terjadi secara berkepanjangan adalah di provinsi Riau pada tahun 2012 hingga 2015. Kawasan gambut ini juga mencakup Kelurahan Sungai Pakning, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau.

Kebakaran lahan tersebut menyebabkan kerugian besar yang dialami masyarakat. Salah satunya masyarakat yang berada di Dusun Kampung Jawa, Kelurahan Sungai Pakning, Kabupaten Bengkalis. Masyarakat ini meyakini bahwa kebakaran lahan gambut merupakan sebuah permasalahan besar yang dapat menimbulkan penurunan perekonomian terhadap masyarakat. Pada tahun 2016, lahan bekas kebakaran tersebut berubah menjadi sebuah perkebunan nanas dan ekowisata Arboretum Gambut. Kawasan wisata ini dibangun sebagai langkah awal untuk menghindari kebakaran hutan dan lahan melalui kerja sama masyarakat dengan perusahaan BUMN PT Pertamina Refinery Unit (RU) II Sungai Pakning. Arboretum Gambut Marsawa saat ini telah menjadi sebuah sarana eduwisata sejak diresmikan pada tanggal 8 November 2018.

Arboretum Gambut Marsawa memiliki daya tarik tersendiri. Kawasan ekowisata ini memiliki sejumlah tanaman endemik sumatera yang tercatat sebagai tanaman yang hampir punah, di antaranya tanaman kelat tikus, meranti, dan geronggang. Selain itu juga terdapat lima jenis tanaman kantong semar yang menjadi ciri khas dari objek wisata tersebut. Kelima jenis tumbuhan kantong semar tersebut adalah *Nepenthes Ampullaria Jack*, *Nepenthes Rafflesiana*, *Nepenthes Spectabilis*, *Nepenthes Mirabilis*, dan *Nepenthes Gracilis Korth*. Objek Wisata berbasis pendidikan ini telah menjadi salah satu tujuan wisata baik masyarakat Bengkalis maupun luar daerah. Mereka sengaja datang untuk melihat secara langsung tanaman endemik langka yang terdapat di objek wisata tersebut.

Segmentasi utama dari pengunjung Arboretum Gambut Marsawa menasar kalangan pelajar dan mahasiswa yang datang untuk mempelajari ekosistem dan lingkungan yang ada di Arboretum Gambut Marsawa. Harapannya mereka akan mendapatkan ilmu dan pengalaman untuk ikut serta dalam menjaga lingkungan. Selain itu, Arboretum Gambut Marsawa ini juga terbuka untuk dikunjungi oleh masyarakat umum yang ingin ikut serta dalam membudidayakan tanaman kantong semar yang terancam kepunahannya. Arboretum Gambut ini ramai dikunjungi oleh masyarakat daerah maupun luar daerah, seperti institusi pemerintah dan pendidikan, serta *influencer* yang diundang untuk membantu mempromosikan objek wisata tersebut melalui media sosial.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada keterkaitan yang tinggi antara pelaksanaan prinsip-prinsip komunikasi dengan keberhasilan program *corporate social responsibility* (CSR) yang berkualitas (Dutta & Imeri, 2016; Kirat, 2015). Perusahaan yang sukses biasanya mengandalkan CSR dan mengintegrasikannya ke dalam program dan aktivitas perusahaannya. Komunikasi CSR berfungsi untuk merangsang tindakan sosial yang lebih baik (Morsing & Spence, 2019). Oleh sebab itu, komunikasi perusahaan perlu menekankan pentingnya mengampanyekan dan memiliki kepedulian

terhadap lingkungan. Perusahaan tidak saja harus mengintegrasikan kepedulian lingkungan pada misi perusahaan saja, tetapi mereka juga harus mengomunikasikan kepada para *stakeholdernya* (Kitic *et al.*, 2015). Komunikasi lingkungan CSR dapat dilaksanakan dengan menjalin hubungan sosial yang baik kepada masyarakat setempat untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mempraktikkan manajemen lingkungan yang berkelanjutan. Kegiatan CSR ini memiliki andil dalam mengatasi kerusakan lingkungan (Widhagdha *et al.*, 2019).

PT Pertamina (Persero) sendiri adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan minyak bumi dan gas nasional. Pertamina aktif mengelola sektor hulu dan hilir industri minyak dan gas, salah satunya di Sungai Pakning, Bengkalis. Melalui program (CSR), Pertamina menciptakan sebuah program unggulan yakni Kampung Gambut Berdikari. Program tersebut terbagi menjadi beberapa subprogram, yaitu Masyarakat Peduli Api, Pertanian Nanas dan Olahan Tanaman Nanas, dan Ekowisata Arboretum Gambut Marsawa. Kegiatan CSR ini berbasis pada pemberdayaan masyarakat melalui bidang *Community Development* (CD). Pendekatan pemberdayaan masyarakat sangat tepat karena menjadi salah satu cara dalam pengembangan masyarakat untuk lebih mandiri (Subekti *et al.*, 2018).

Komunikasi perusahaan melalui CSR berperan penting dalam membangun nilai-nilai perusahaan melalui penyebaran informasi, seperti nilai kepedulian lingkungan, nilai kepedulian sosial, membingkai nilai-nilai baru, dan memperkuat citra perusahaan (Mohammad & Bungin, 2020). Ekowisata Arboretum Gambut Marsawa ini dikelola oleh Kelompok Tani Tunas Makmur di Kampung Jawa, yang merupakan kelompok binaan program CSR Pertamina RU II Sungai Pakning. Pembinaannya sudah dijalankan sejak tahun 2013 sampai tahun 2016. Meskipun tujuan awal dilakukannya kegiatan kerja sama hanya untuk pemadaman kebakaran hutan dan lahan, sejak tahun 2017 wilayah ini dikembangkan sebagai sebuah program pemberdayaan masyarakat dan lingkungan. Pertamina RU II Sungai Pakning juga membuat sebuah program untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam penanganan kebakaran lahan dan hutan gambut, pelatihan wirausaha, dan pemanfaatan lahan bekas area terbakar sebagai lahan pertanian nanas yang dapat berdampak positif pada perekonomian masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat penting dilakukan karena kondisi ekonomi-sosial masyarakat yang rendah sehingga mengakibatkan masyarakat menjadi tidak mampu. Pemberdayaan masyarakat merupakan usaha untuk meningkatkan potensi unik yang dimiliki masyarakat, untuk mewujudkan jati diri, harkat dan martabat secara maksimal dengan bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri di bidang ekonomi, sosial, agama, dan budaya (Wedayanti & Susanti, 2019).

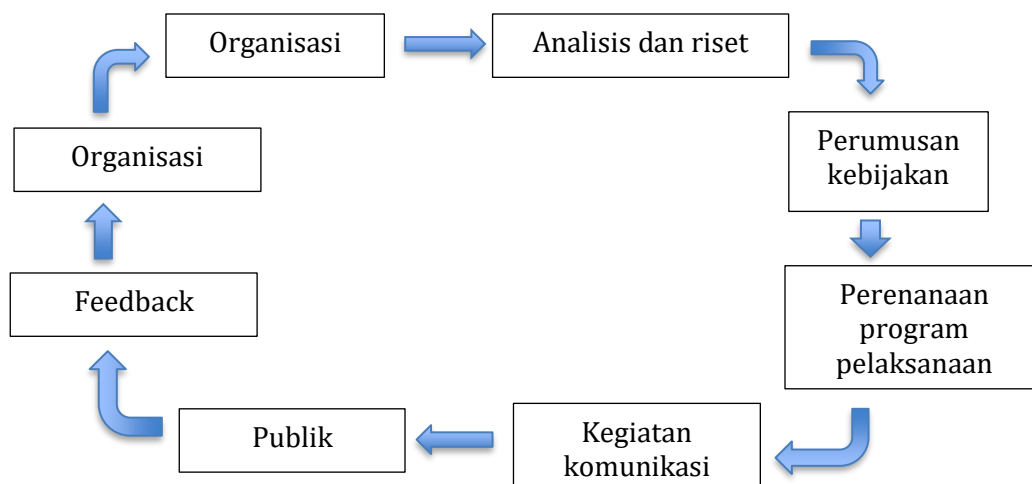
Model komunikasi pengembangan kawasan wisata Arboretum Gambut Marsawa dan pertanian nanas oleh Kelompok Tani Tunas Makmur berdampak positif pada perekonomian masyarakat daerah setempat, karena telah dibina, dikelola dan dilaksanakan dengan baik dan benar serta terstruktur oleh CSR Pertamina (Yasir, 2020). Dalam pengembangan objek wisata Arboretum Gambut Marsawa sendiri, peran CSR Pertamina Sungai Pakning sebagai pendamping dan infrastruktur program, dilakukan sebagai wujud kepeduliannya dalam program pemberdayaan masyarakat dan lingkungan. Berkaitan dengan hal tersebut, dalam mengembangkan sebuah objek wisata yang berkelanjutan, berhasil atau tidaknya suatu program kegiatan yang dilaksanakan dapat diukur dari adanya proses perencanaan komunikasi dan pelaksanaan yang matang dengan menggunakan elemen komunikasi yang baik dan benar.

Sebelum melaksanakan sebuah program pengembangan wisata yang berkelanjutan, proses perencanaan komunikasi dengan menggunakan langkah-langkah perencanaan komunikasi yang tepat sangat diperlukan. Dalam hal ini, Cangara (2013) menyatakan bahwa perencanaan komunikasi adalah bentuk dari tiga elemen mendasar

yakni, kebijakan pembangunan dan publik, sistem infrastruktur komunikasi, dan teknologi. Perencanaan komunikasi perlu dilakukan untuk menyiapkan unsur kebijakan pembangunan dan infrastruktur yang dipercepat dengan adanya teknologi. Dalam pelaksanaannya, perencanaan komunikasi melibatkan unsur-unsur komunikasi yang melingkupi pesan, sumber, target sasaran, media, serta efek. Perencanaan ini juga mencakup beberapa tahapan, yaitu analisis khalayak, penentuan tujuan, pemilihan saluran dan media, rancangan media dan evaluasi (Cangara, 2013).

Model perencanaan komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang dikemukakan oleh Philip Lesly. Model ini terdiri dari dua komponen utama, yaitu organisasi yang menggerakkan kegiatan CSR perusahaan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan dan juga pelaku kegiatan komunikasi. Organisasi membutuhkan tenaga ahli yang dapat menangani masalah komunikasi sesuai dengan kebutuhannya, seperti pencitraan perusahaan, pemasaran, dan kegiatan kerja sama dengan *stakeholder* lainnya. Komponen dalam organisasi ini berupa analisis dan riset yang dilakukan untuk mencari tahu masalah yang dihadapi, kemudian melakukan perumusan kebijakan sebagai patokan strategi yang akan digunakan.

Selanjutnya, organisasi melakukan perencanaan program pelaksanaan dengan memanfaatkan sumber daya yang akan digunakan seperti tenaga, dana, serta fasilitas yang tersedia. Kemudian pada tahap kegiatan komunikasi, organisasi menyiapkan tindakan apa yang nantinya harus dilakukan dalam proses perencanaan tersebut. Hal ini seperti membuat dan menyebarkan informasi melalui media massa atau saluran komunikasi lainnya (Cangara, 2013). Komponen-komponen perencanaan komunikasi Philip Lesly dapat terlihat pada gambar berikut.



Gambar1: Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly

Dalam hal ini, CSR menjadi sebuah kegiatan komunikasi dan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Kegiatan komunikasi perusahaan ini memanfaatkan sumber daya perusahaan melalui saluran komunikasi yang ada untuk meminimalisasi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif masyarakat, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, lingkungan, pendidikan, serta kesejahteraan masyarakat, yang secara tidak langsung membentuk opini positif dimasyarakat (Ramadhan, 2021).

Masyarakat sebagai salah satu publik merupakan sasaran kegiatan organisasi. Untuk menganalisis publik, langkah yang harus dilakukan adalah melalui riset, seperti wawancara, pengedaran kuesioner, dan melalui *focus group discussion* (FGD).

Komunikasi melalui kegiatan FGD atau musyawarah perlu dikembangkan untuk mendapatkan ide, pendapat, saran dan keluhan dari khalayak yang dijadikan sebagai bahan perbandingan dan perhitungan untuk menentukan sesuatu yang tujuannya

untuk memperbaiki, meningkatkan, dan menyesuaikan program yang akan dilakukan (Yasir, 2020).

Terkait dengan ini, penelitian perencanaan komunikasi sangat penting dalam membangun kesadaran masyarakat pada lingkungan, bahkan pengembangan wisata dapat menjadi solusi mengatasi kerusakan lingkungan (Yasir *et al.*, 2020). Kajian menemukan bahwa komunikasi berperan dalam perubahan sosial masyarakat serta berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membantu mengembangkan pariwisata lokal. Strategi komunikasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) tersebut berfungsi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk mengembangkan pariwisata lokal (F. A. Putri & Adinia, 2018).

Komunikasi pariwisata dimulai sejak berkembangnya Arboretum Gambut Marsawa yang diresmikan pada 8 November 2018. Hal ini menjadi salah satu pengaruh yang besar di mana melalui pengembangan pariwisata tersebut dapat menjadikan objek wisata ini sebagai Arboretum Gambut pertama yang ada di Sumatera. Tanaman endemik yang menjadi koleksi ciri khas objek wisata menjadi andalan. Hal ini tentu saja tidak lepas dari adanya perencanaan komunikasi pariwisata yang baik dan benar dalam melakukan pengembangan Arboretum Gambut Marsawa tersebut sebagai objek wisata. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning dalam pengembangan wisata Arboretum Gambut Marsawa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif (Maxwell, 2014). Penelitian ini dilakukan dari bulan November 2019 hingga bulan Februari 2021. Lokasi penelitian dilakukan di Dusun Kampung Jawa, Kelurahan Sungai Pakning, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. Lokasi tersebut merupakan tempat lokasi Arboretum Gambut dan tempat Kelompok Tani Tunas Makmur sebagai sasaran kegiatan CSR PT Pertamina Refinery Unit (RU) II Sungai Pakning. Teknik dalam penentuan informan menggunakan teknik *purposive* yang mewakili baik dari *Community Development Officer* (CDO) Pertamina, maupun dari masyarakat kelompok tani. Informan dipilih secara *purposive* berdasarkan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan, khususnya yang terkait dengan data kegiatan CSR Pertamina dalam mengembangkan ekowisata gambut dan penanganan masalah kebakaran lahan gambut.

Total informan penelitian ini berjumlah delapan orang. Informan berasal dari CDO dan humas kegiatan CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning. Keduanya dipilih karena berstatus sebagai pelaksana kegiatan pemberdayaan masyarakat khususnya dalam menangani masalah kebakaran lahan gambut. Selain itu, ada tiga orang dari pengurus dan anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur yang juga pengelola ekowisata Arboretum Gambut Marsawa, dan dua orang dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Arboretum Gambut Marsawa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara langsung dan daring kepada informan penelitian, observasi lapangan, dan dokumentasi. Teknis analisis data menerapkan model Miles dan Huberman dengan tiga tahap kegiatan, yakni, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Moleong, 2010). Teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian ini menggunakan beberapa triangulasi untuk mendapatkan data yang valid, yaitu pengecekan antar peneliti, pengecekan sumber data, dan perpanjangan waktu penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Permasalahan kebakaran lahan gambut cukup marak terjadi di Indonesia khususnya di Kabupaten Bengkalis dan Provinsi Riau. Kebakaran lahan gambut tersebut sangat berdampak bagi penurunan ekonomi masyarakat, khususnya para

petani. Begitu pula masyarakat di Kampung Jawa Sungai Pakning, Kabupaten Bengkalis yang terkena dampak kebakaran lahan gambut yang mereka miliki. Berangkat dari hal ini, masyarakat petani ini mendapatkan perhatian CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning pada tahun 2017. Melalui program CSR, Pertamina berupaya melakukan pembinaan dan pemberdayaan kepada kelompok masyarakat untuk mengantisipasi dan mencegah kebakaran di lahan gambut yang ada. Pertamina dan masyarakat petani sebagai sasaran utamanya bekerja sama dalam mengubah lahan gambut bekas kebarakan tersebut menjadi lahan pertanian nanas, dan sebagian dijadikan sebuah objek wisata yang berbasis edukasi lingkungan gambut yang layak dan menarik bagi wisatawan. Kawasan gambut yang dilestarikan tersebut berkembang menjadi Ekowisata Arboretum Gambut Marsawa.

Perencanaan komunikasi pariwisata yang dilakukan Pertamina berbasis masyarakat. Pemetaan masalah, analisis khalayak dan analisis potensi yang ada menjadi hal yang utama. Indikator dari pemberdayaan masyarakat adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan yang terbaik dalam menentukan atau memperbaiki kehidupannya (Subekti *et al.*, 2018). Sebelum membuat kegiatan pembinaan dan pemberdayaan serta melakukan langkah-langkah komunikasi, *Community Development Officers* (CDO) PT Pertamina RU II Sungai Pakning membuat tahapan perencanaan agar pelaksanaan program dapat tersusun secara struktur dan berjalan terarah. Penggunaan langkah-langkah ini berbasis pada model perencanaan komunikasi dari Philip Lesly (Cangara, 2013).

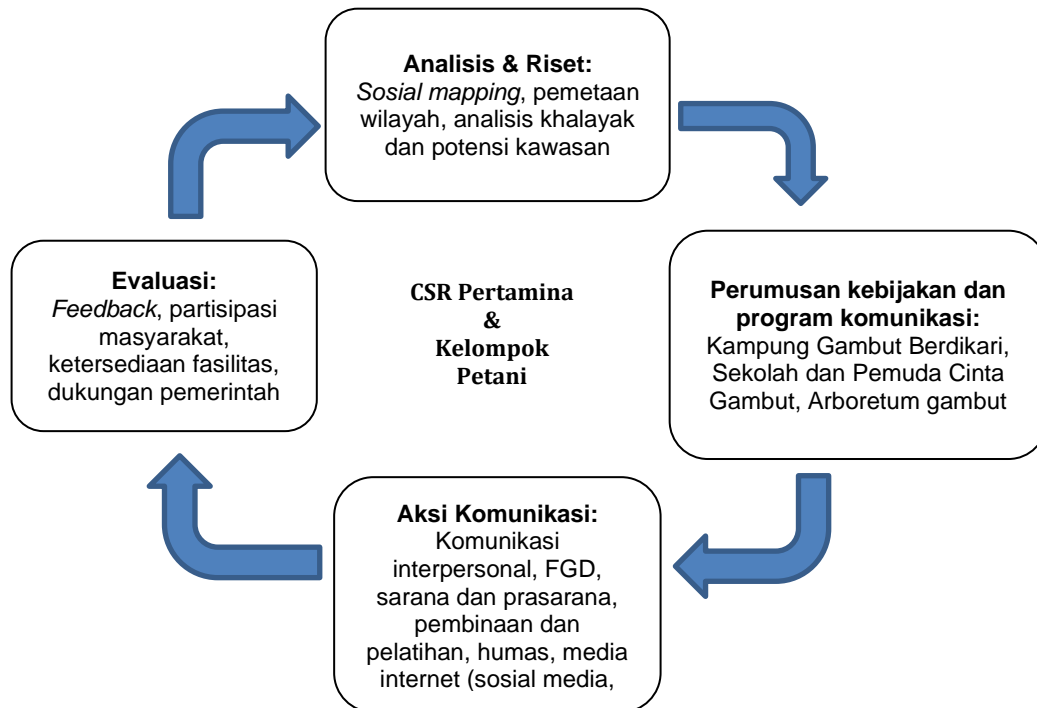
Model ini digunakan untuk mencari tahu apakah CSR Pertamina Sungai Pakning telah melakukan perencanaan yang baik dan benar kepada masyarakat setempat, untuk ikut serta dalam proses pengembangan program serta komunikasi pariwisata dalam memperkenalkan objek wisata Arboretum Gambut Marsawa kepada masyarakat luas. Selain itu, komunikasi juga terkait dengan tanggapan *stakeholder* dan respon publik dari adanya ekowisata Arboretum Gambut Marsawa. Perencanaan komunikasi wisata tidak hanya untuk wisatawan yang berkunjung agar dapat menerima manfaat baik berupa ilmu maupun pengalaman, namun juga, agar wisatawan memiliki kesadaran untuk peduli pada lingkungan gambut.

Pembangunan pariwisata membutuhkan adanya dukungan kebijakan komunikasi dan kebijakan pariwisata yang tepat, agar dapat menjadi acuan dalam tindakan strategis yang akan dilakukan. Perencanaan komunikasi penting dikarenakan sangat berperan dalam pembangunan seperti pariwisata yang seharusnya dapat dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan semua *stakeholder* yang ada (Cangara, 2013). Oleh sebab itu, kegiatan pengembangan pariwisata perlu adanya analisis potensi wisata melalui analisis dengan menggunakan model yang tepat dan dapat mewakili situasi pada daerah yang dikembangkan. Perencanaan komunikasi harus memperhitungkan kebijakan pengembangan potensi pariwisata tersebut (Nurjanah, 2018).

Model perencanaan komunikasi Philip Lesly yang mempunyai dua komponen utama yakni organisasi dan publik (Cangara, 2013). Dalam komponen organisasi, terdapat analisis dan riset yang menjadi langkah awal dalam proses perencanaan komunikasi pariwisata pada sebuah program pengembangan objek wisata Arboretum Gambut Marsawa. Analisis masalah dan riset penelitian digunakan untuk mencari tahu apa saja permasalahan yang ada pada potensi sasaran wilayah di sekitar lokasi lahan gambut bekas kebakaran, sehingga dapat dicari pemecahan masalahnya dengan menjadikannya sebagai wisata minat khusus.

Analisis masalah dan riset merupakan tahap awal yang dilakukan dalam proses perencanaan program komunikasi. Analisis masalah dan riset lapangan dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi yang ada di lapangan sehingga nantinya dapat diidentifikasi apa saja potensi yang ada dari perencanaan program yang ingin

dilakukan. Analisis pemecahan masalah dapat membantu menggambarkan situasi yang dihadapi, sehingga nantinya dapat menemukan potensi masalah yang terkait. Analisis masalah dan riset dalam pemetaan oleh para CDO menggunakan teknik pemetaan sosial untuk mengetahui masalah yang ada di sekitar lokasi potensi, dengan turun langsung ke lapangan menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal kepada masyarakat. Pemetaan sosial merupakan suatu metode yang dilakukan di lapangan, yang dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas terhadap peta sosial politik, keamanan dan kebudayaan di suatu kawasan. Bahkan, pemetaan sosial difokuskan untuk kepentingan memetakan potensi kawasan dan kebutuhan dari masyarakat.



Gambar 2. Model Perencanaan Komunikasi CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning (Sumber: Olahan data 2020)

Dalam kajian ini, peneliti menemukan bahwa tahapan proses perencanaan komunikasi yang dilakukan CSR Pertamina lebih sederhana. Kegiatan komunikasi yang dilakukan CDO Pertamina dilakukan melalui pemetaan masalah atau melakukan riset, merumuskan kebijakan dan program komunikasi, dilakukan aksi atau tindakan komunikasi, dan melakukan evaluasi. Secara sederhana modelnya dapat digambarkan seperti pada Gambar 2.

Dalam merencanakan program komunikasi, kegiatan yang terencana dan terkoordinir dari berbagai metode memfokuskan perhatian kepada masyarakat dan menawarkan suatu pemecahan terhadap suatu masalah tertentu. Rencana komunikasi memiliki peran penting untuk dapat mengarahkan dan melaksanakan kegiatan yang dimaksud sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Jurin *et al.*, 2010). Dalam merencanakan program komunikasi, analisis masalah dan riset penelitian merupakan sebuah langkah paling awal untuk merencanakan program. Analisis dan riset dilakukan untuk mengetahui apa saja permasalahan yang ada pada program sehingga setelah itu akan dapat dicari pemecahan masalahnya.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa langkah yang mendasar yang harus dilakukan adalah menganalisis masalah, menganalisis khalayak, memetakan potensi dan melakukan riset lapangan dengan cara menjadi akrab dengan masyarakat sasaran

utamanya, yaitu petani. Kegiatan atau langkah ini menjadi sangat penting untuk kegiatan yang akan dipilih seperti program pengembangan Arboretum Gambut Marsawa menjadi sebuah objek wisata. Bentuk analisis masalah yang dilakukan oleh CSR Pertamina Sungai Pakning yaitu dengan turun ke lokasi tempat tinggal masyarakat di sekitar daerah sasaran program yang bertujuan untuk mengetahui apa saja permasalahan yang ada dan mencari solusi atas permasalahan tersebut. Analisis masalah dan riset dengan teknik pemetaan sosial sendiri digunakan sebagai acuan untuk menganalisis kondisi masyarakat daerah setempat. Untuk target sasaran khalayaknya, yakni masyarakat yang berada di Dusun Kampung Jawa, Kelurahan Sungai Pakning, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis, di mana merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi lahan gambut yang mudah terdampak kebakaran lahan dan hutan (Karhutla) yang berpengaruh bagi perekonomian masyarakat. Pemilihan target sasaran khalayak ini dipilih berdasarkan kelompok yang paling rentan dengan masalah tersebut yaitu masyarakat yang ada di sekitar lahan gambut, yang merupakan petani-petani kecil. Terkait dengan ini, salah satu CDO Pertamina mengatakan:

"Kita mendatangi masyarakat untuk melakukan pemetaan masalah dan juga mengadakan FGD. Di FGD itu ada perwakilan, baik dari unsur masyarakat maupun pemerintah setempat. Kami menggunakan perspektif pendekatan aset, kita memetakan masalah dan potensinya apa. Tujuannya untuk mengajak masyarakat menyadari akan potensi yang ada. Kami memakai pendekatan aset, potensi yang dimiliki masyarakat adalah lahan gambut, setelah itu barulah ditanyakan kepada peserta diskusi mengenai masalahnya apa, dari situ muncul rekomendasi-rekomendasi program pengembangan pertanian nanas dan ekowisata gambut. Kegiatan itu dilakukan sebelum melaksanakan program, sesudah diketahui apa dibutuhkan masyarakat, maka kami pun akan melanjutkan program yang akan dilaksanakan. Setelah dilakukan aksi, kita pun kadang menemukan masalahnya, kemudian diadakan monitoring dan evaluasi secara langsung dengan masyarakat." (Wawancara, Wahyu Purwanto 13 Agustus 2020).

Selanjutnya, tim CSR bertemu dengan masyarakat untuk melakukan pertemuan yang tujuannya adalah mengajak masyarakat berpartisipasi dalam membahas masalah potensi yang ada di daerah tersebut. Dalam penelitian ini, yang menjadi sasaran khalayak adalah masyarakat yang berada pada unit kelompok masyarakat yang berada di sekitar Arboretum Gambut. Khalayak tersebut yakni Masyarakat Koperasi Tani Tunas Makmur yang merupakan salah satu kelompok binaan PT Pertamina RU II Sungai Pakning. Khalayak tersebut nantinya diikutsertakan dalam perencanaan program, pengembangan program, pelaksana program, sekaligus menerima manfaat program.

Dalam analisis masalah dan riset pemetaan sosial tersebut, tim CSR mencari dan menggali serta menemukan permasalahan yang terjadi di sekitar daerah potensi, yakni kondisi lahan gambut bekas kebakaran yang masih dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik, sehingga dapat mencegah terjadinya kebakaran lahan hutan kembali dan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Penggunaan pemetaan sosial ini sangat berguna dikarenakan, sebelum melakukan perumusan kebijakan program, permasalahan yang ada dapat digali dengan jelas, mengapa adanya masalah pada potensi program yang ingin dicapai, kemudian apa yang menarik dari potensi tersebut, dan apakah memiliki manfaat bagi perencanaan program.

Dari hasil penelitian yang peneliti kumpulkan, analisis riset potensi yang ada pada lahan gambut tersebut adalah terdapatnya tanaman-tanaman langka seperti kantong semar yang merupakan salah satu tanaman yang terancam kepunahannya. Sehingga dengan menemukan potensi yang ada dari lahan gambut tersebut, tim CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning bersama kelompok masyarakat berinisiatif untuk menjadikan

lahan bekas kebakaran tersebut menjadi sebuah Arboretum berbasis area konservasi lingkungan dan edukasi. Bentuk analisis masalah dan riset yang dilakukan dalam melibatkan partisipasi masyarakat, dengan menggunakan pemetaan partisipatif, di mana melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah setempat untuk berpartisipasi. Analisis tersebut dilakukan dengan cara survei ke lokasi terlebih dahulu untuk mendapatkan tokoh-tokoh kegiatan komunikasinya.

Manajemen sumber daya melalui perencanaan dan strategi pemberdayaan kepada masyarakat, dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Pemberdayaan selalu dikaitkan dengan berbagai persepsi secara mandiri, partisipasi, jaringan kerja, dan persepsi keadilan. Artinya, strategi komunikasi tersebut dapat memberikan solusi mengenai pengelolaan sumber daya komunikasi terbaik agar mampu dilaksanakan oleh masyarakat secara mandiri (H. Cangara, 2013).

Pembangunan pariwisata berbasis pelestarian lingkungan alam tidak lepas dari adanya kebijakan komunikasi dan upaya pemberdayaan kepada masyarakat (Nagarjuna, 2015; Yasir *et al.*, 2020). Pembangunan pariwisata berkelanjutan akan berhasil apabila melibatkan masyarakat sekitar secara maksimal. Dalam perencanaan komunikasi yang dilakukan tim CSR Pertamina RU II Sungai Pakning pada pengembangan program objek wisata, kebijakan komunikasi berdasarkan pada tata kelola organisasi di mana mengharuskan setiap perusahaan untuk membuat sebuah program pemberdayaan kepada masyarakat yang berbasiskan sumber daya alam sebagai bentuk kepedulian sosial dan lingkungan.

Saat ini, CSR menjadi alat utama dalam membantu perusahaan untuk memenuhi tekanan lingkungan ini serta meningkatkan daya saingnya (Martínez *et al.*, 2016). Perumusan kebijakan komunikasi PT Pertamina RU II Sungai Pakning berlandaskan pada tekanan ini. Sistem tersebut mengharuskan setiap CSR yang ada di setiap unit *refinery* untuk melakukan pemetaan sosial atau analisis masalah terlebih dahulu kepada masyarakat. Tujuan dari pemetaan ini adalah untuk memilih masyarakat mana yang nantinya akan dapat diajak untuk berpartisipasi dalam program pengembangan objek wisata. Dalam praktek lapangan yang ada di Pertamina Sungai Pakning sendiri, harus menyesuaikan kegiatan-kegiatan yang akan dikembangkan sesuai dengan karakteristik kondisi masyarakat dan lingkungan yang ada di Kelurahan Sungai Pakning. Wilayah Kelurahan Sungai Pakning berada di daerah pesisir dan memiliki struktur tanah gambut sehingga program-programnya terfokuskan pada hal tersebut. Dengan begitu, analisis dan riset yang mendetail diperlukan dalam perencanaan program, sehingga nantinya program-program yang akan dikembangkan dapat berjalan secara terstruktur.

Pada dasarnya, sebuah program komunikasi untuk suatu kegiatan atau program pembangunan bisa memberikan bermacam-macam manfaat dan tujuan. Namun, pada hakikatnya adalah membangun dukungan dan membangkitkan partisipasi masyarakat melalui suatu kegiatan pembangunan. Dalam penelitian ini, melalui FGD atau forum diskusi bersama masyarakat kelompok Tani Tunas Makmur, tim CSR Pertamina Sungai Pakning menyampaikan pesan komunikasi kepada masyarakat untuk menjaga pelestarian lingkungan sehingga akan dapat mencegah terjadinya kebakaran lahan gambut kembali.

Kebijakan pada komunikasi pariwisata berperan penting dalam membantu proses koordinasi antar lembaga, organisasi pemerintah, dan perusahaan swasta dalam menyebarkan informasi untuk menarik partisipasi masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan objek pariwisata. Kebijakan komunikasi ini dilakukan agar mendapat dukungan terhadap rencana yang telah ditetapkan dan untuk dilaksanakan. Pembangunan pariwisata di Kabupaten Bengkalis tidak akan mendapatkan dukungan apabila tidak memiliki kebijakan komunikasi yang tepat dalam melibatkan masyarakat

yang berkepentingan. Hal ini dikarenakan pengembangan dan pembangunan pariwisata tersebut berdampak pada kesejahteraan penduduk lokal serta perkembangan industri pariwisata daerah tersebut. Dalam implementasi kebijakan pembangunan, komunikasi menjadi hal yang sangat penting. Kesadaran wisata harus melibatkan unsur-unsur yang membentuk satu-kesatuan komunikasi yaitu sumber daya manusia sebagai komunikator utama di dalamnya, pesan yang disebar, khalayak sasaran komunikasi dan pengunjunnya, pilihan media dan saluran komunikasi yang digunakan bahkan efek atau perubahan yang diinginkan.

Pada tahap perencanaan pelaksanaan program, PT Pertamina RU II Sungai Pakning menetapkan pemilihan khalayak untuk mencari sasaran yang khalayak yang tepat sebagai pelaksana program yang akan dijalankan. Pada perencanaan program pengembangan Arboretum Gambut Marsawa, tim CSR memilih anggota kelompok Tani Tunas Makmur sebagai pengelola program pengembangan Arboretum Gambut Marsawa menjadi objek wisata. Hal ini seperti yang telah dijelaskan pada pemaparan hasil penelitian di atas, bahwa pemilihan target sasaran ini dilakukan karena masyarakat daerah tersebut yang mengetahui bagaimana kondisi sebenarnya di lingkungan tempat tinggal mereka. Sehingga CSR RU II Pertamina Sungai Pakning berfungsi sebagai komunikator atau infrastruktur program dengan melakukan pembinaan kepada masyarakat tersebut.

Dalam proses perencanaan program, pelaksanaan yang dilakukan melalui pemberdayaan kepada masyarakat memiliki tujuan untuk mengedukasi masyarakat kelompok Tani Tunas Makmur, dengan mengajak masyarakat berpartisipasi dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program sehingga masyarakat juga dapat menerima manfaat program. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan elemen komunikasi baik dari komunikator, pesan, sasaran target khalayak, dan media yang digunakan. Menurut Karta & Suarhana (2014), Penciptaan pesan, *image dan brand awareness* destinasi wisata ditentukan oleh komunikasi organisasi dan khalayak internal. Maka dari itu, khalayak kelompok tani dan CDO atau Humas Pertamina serta *stakeholder* lain sangat penting dilibatkan. Keterlibatan mereka dalam aktivitas marketing komunikasi akan memberi efek positif terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan masyarakat. Dukungan *stakeholder* ini akan menjamin terciptanya pariwisata yang keberlanjutan.

Masyarakat daerah setempat sebagai pemangku kepentingan penting untuk dilibatkan karena tanpa adanya dukungan mereka, pembangunan pariwisata tidak akan dapat berkelanjutan. Pembangunan pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan dukungan warga lokal dan penting bagi industri pariwisata. Oleh sebab itu, pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak lepas dari adanya pembangunan masyarakat dan pembangunan lingkungan secara berurutan dan berkelanjutan. Komunikasi pembangunan pariwisata harus melibatkan masyarakat sebagai elemen utama sebagai cerminan dari hak demokratis setiap individu untuk melibatkan diri dalam pembangunan (Arida, 2017). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di daerah yang menyebutkan bahwa "Pengembangan ekowisata wajib memberdayakan masyarakat setempat". Hal ini memiliki kecocokan dengan prinsip ekowisata, yakni partisipasi masyarakat dalam kegiatan perencanaan, pemanfaatan, dan pengelolaan ekowisata dengan menghargai nilai sosial-budaya dan keagamaan masyarakat di sekitar kawasan wisata. Sehingga dengan begitu, masyarakat akan bisa diberdayakan melalui kegiatan pariwisata (Ridlwan *et al.*, 2017).

Oleh sebab itu, perencanaan komunikasi pariwisata juga memerlukan partisipasi masyarakat untuk membantu proses pengembangan objek wisata tersebut. Dari temuan

dan fakta yang penulis temukan, tim CSR Pertamina Sungai Pakning sebagai komunikator telah melakukan komunikasi pariwisata dengan mengajak partisipasi masyarakat dalam program pengembangan objek wisata. Sasaran target khalayak dalam perencanaan pengembangan objek wisata ini adalah masyarakat kelompok Koperasi Tani Tunas Makmur, Dusun Kampung Jawa, Kelurahan Sungai Pakning yang merupakan penduduk daerah setempat. Dari hasil penelitian ini, partisipasi dari masyarakat masih belum sepenuhnya dapat dilakukan, yang dibuktikan masih adanya masyarakat yang belum memahami dan mengerti maksud dari program yang dilaksanakan, sehingga diperlukan adanya peningkatan partisipasi masyarakat agar tertarik berpartisipasi dalam kegiatan yang dibuat oleh PT Pertamina RU II Sungai Pakning.

Penyampaian pesan komunikasi terhadap perencanaan program pelaksanaan komunikasi yang dilakukan dalam program pengembangan objek wisata Arboretum Gambut Marsawa, dilakukan dengan mengadakan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat yang bertujuan agar masyarakat ikut membantu menjaga lahan gambut dengan cara yang lebih baik. Dalam pemberian edukasi tersebut, peran CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning sebagai komunikator sekaligus pembina program sangat berpengaruh besar karena bertanggung jawab penuh atas pemberian edukasi kepada masyarakat tersebut.

Manajemen komunikasi CSR yang didukung oleh ketersediaan dana mampu mengarahkan proses dan aksi komunikasi serta efek yang baik. Manajemen program pelaksanaan pemberdayaan masyarakat berbasis pada pariwisata yang berbasis komunitas. Aktivitas komunikasi dalam mewujudkan model pariwisata berbasis kearifan lokal sangat praktis dan tepat untuk saat ini (Bakti *et al.*, 2018). Model komunikasi pariwisata dialogis antara perusahaan dan masyarakat melalui program CSR dapat menciptakan citra kepedulian perusahaan (Nurjanah, 2018). Masyarakat petani dibina melalui pelatihan serta penyuluhan kepada masyarakat kelompok Koperasi Tani Tunas Makmur, dengan mengadakan pelatihan pramuwisata, manajemen pengelolaan Ekowisata Arboretum Gambut Marsawa, dan pelatihan pengelolaan limbah nanas untuk menciptakan sebuah inovasi yang menarik, sehingga dapat digunakan sebagai wadah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Dalam perencanaan program pengembangan pariwisata, tim CSR RU II Pertamina Sungai Pakning telah menjalankan fungsi manajemen komunikasi dengan baik. Bentuk manajemen komunikasi untuk arboretum tersebut yaitu dengan menjadikan Koperasi Tani Tunas Makmur sebagai pengelola arboretum secara langsung, yang dibina dan didampingi oleh tim CSR RU II Pertamina Sungai Pakning. Pendampingan dilakukan dalam bentuk pelatihan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola tempat wisata sebagai bentuk implementasi program.

Destinasi wisata sebagai ruang publik, bukan saja sebagai ruang rekreasi, tetapi juga sebagai ruang untuk melepaskan tekanan psikologis masyarakat dari kesibukan dan kesulitan hidupnya. Berkaitan dengan hal tersebut, komunikasi memiliki kontribusi penting di dalam bidang pariwisata, baik pada komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran komunikasi bukan saja berpatokan pada komponen pemasaran, namun mencakup aksesibilitas, destinasi, dan sumber yang tersedia untuk wisatawan dan *stakeholder* pembangunan pariwisata (Bungin, 2015).

Kegiatan komunikasi yang dilakukan PT Pertamina dalam pengembangan program objek wisata arboretum gambut, dilakukan melalui komunikasi interpersonal, kegiatan dalam pelaksanaan program dilakukan dengan menambah fasilitas seperti mushola, toilet, serta area spot foto yang ada di Arboretum Gambut Marsawa. Tujuan dari penambahan fasilitas tersebut agar nantinya dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Arboretum Gambut Marsawa. Selain itu, kegiatan

komunikasi dilakukan dengan mengadakan acara yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan, yang bertujuan untuk mempromosikan Arboretum Gambut Marsawa kepada masyarakat luas, serta mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam menjaga dalam melestarikan lingkungan.



Gambar 3. Kegiatan Komunikasi PT Pertamina RU II Sungai Pakning dalam mempromosikan Arboretum Gambut Marsawa
(Sumber: Instagram @csrptaminasungaipakning).

Kegiatan komunikasi juga dilakukan dengan menyebarkan informasi mengenai ekowisata Arboretum Gambut Marsawa menggunakan media yang bertujuan untuk mempromosikan ekowisata Arboretum Gambut Marsawa kepada masyarakat luas. Media yang digunakan yaitu media komunikasi tatap muka, media *online*, *website* dan media sosial Instagram. Saat ini, Pertamina mengandalkan komunikasi CSR melalui saluran media sosial interaktif. Selain memudahkan interaksi dengan banyak pemangku kepentingan, pemangku kepentingan lebih banyak aktif akibat keberadaan media sosial (Testarmata *et al.*, 2018). Karena jelas bahwa komunikasi perusahaan adalah segala aktivitas yang dilakukan dalam sebuah perusahaan yang melibatkan komunikasi semua pihak untuk keberhasilan tujuan perusahaan tersebut (Mohammad & Bungin, 2020).

Suatu perencanaan yang telah dilakukan dengan baik, tentu saja akan mendapatkan umpan balik dari program yang telah dijalankan. Dalam hal ini, umpan balik yang diberikan oleh masyarakat terhadap program yang dilakukan CSR Pertamina terhadap Kelompok Tani Tunas Makmur, sebagai pengelola ekowisata dan juga sebagai penerima manfaat program CSR. Melalui program pengembangan ekowisata Arboretum Gambut Marsawa, CSR Pertamina Sungai Pakning berhasil menjalankan tanggung jawabnya terhadap lingkungan sebagai kewajiban yang telah ditentukan menurut undang-undang atau aturan yang berlaku. Masyarakat juga tidak hanya memiliki kemampuan mengelola lingkungan, tetapi mampu meningkatkan ekonomi melalui pengembangan pertanian nanas. Nanas sebagai produk unggulan masyarakat petani diolah menjadi berbagai olahan dari buah yang dihasilkan sebagai manisan, kerupuk nanas, dan lain sebagainya bahkan daun nanas juga telah dikembangkan menjadi tas yang ramah lingkungan. Dalam hal ini, komunikasi memiliki fungsi untuk merangsang tindakan sosial yang lebih baik (Morsing & Spence, 2019). Kegiatan komunikasi CSR melalui pengembangan ekowisata ini juga dapat dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung. Mereka mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru terkait pentingnya menjaga dan memelihara ekosistem gambut. Melalui ekowisata yang berbasis pendidikan lingkungan ini, CSR Pertamina menekankan pentingnya memiliki kepedulian lingkungan gambut setelah mengunjungi objek wisata ini. Masyarakat dan khususnya anak-anak sekolah sebagai sasaran atau segementasi yang dijadikan pengunjung

diberikan beberapa fasilitas penunjang, seperti wahana permainan, arena memanjat pohon, dan beberapa fasilitas lainnya.

Pengembangan destinasi wisata dengan konsep pendidikan lingkungan atau *edutourism* sangat membutuhkan sarana promosi yang mampu menguatkan *brand image* wisata (G. S. Putri & Amalia, 2020). Meskipun begitu, kekurangan dari pengembangan objek wisata ini tentu saja juga dapat mempengaruhi minat pengunjung untuk datang kembali ke objek wisata ini. Dengan adanya kekurangan, seperti, akses jalan menuju arboretum gambut yang sedikit sulit untuk ditemukan seharusnya dapat menjadi tolak ukur bagi PT Pertamina RU II Sungai Pakning untuk lebih berenergi dalam melakukan pengembangan objek wisata Arboretum Gambut Marsawa agar lebih dikenal masyarakat. Hal ini menjadi evaluasi yang dapat dilakukan kedepannya dalam melaksanakan pengembangan program Arboretum Gambut Marsawa. Temuan penelitian menunjukkan program pengembangan Arboretum Gambut Marsawa selalu dilakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi komunikasi dilakukan untuk melihat indeks kepuasan masyarakat terhadap adanya objek wisata tersebut. Pengembangan destinasi wisata pendidikan lingkungan ini akan dapat menjadi tolak ukur yang tentu saja akan dapat mempengaruhi perubahan-perubahan perilaku masyarakat.

Selain itu, evaluasi mengenai komunikasi pariwisata yang dilakukan tentu akan lebih baik jika dapat lebih ditingkatkan fasilitas dan sarana-prasarananya agar objek wisata ini dapat diketahui masyarakat. Sebagaimana dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan pada salah satu wisatawan, evaluasi dalam mempromosikan program di media sosial dapat dilakukan dengan lebih aktif untuk memberikan informasi terkait program Arboretum Gambut Marsawa, selain itu, dapat dilakukan dengan melakukan kembali kegiatan-kegiatan di arboretum gambut yang mengajak partisipasi masyarakat agar ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata tersebut dapat meningkat. Program pengembangan objek wisata arboretum gambut ini juga diharapkan akan mendapat perhatian dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkalis agar dapat memperhatikan Arboretum Gambut Marsawa ini menjadi salah satu destinasi pariwisata Kabupaten Bengkalis, yang memiliki potensi untuk terus dikembangkan dan dilestarikan.

Simpulan dan Rekomendasi

Perencanaan komunikasi CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning untuk mengembangkan ekowisata Arboretum Gambut Marsawa menggunakan langkah yang berbasis pada kebutuhan masyarakat dan lingkungan. Perencanaan komunikasi dilakukan dengan tahapan analisis masalah dan riset dengan menggunakan teknik pemetaan sosial dengan berlandaskan pada sistem tata kelola organisasi dengan berdasarkan kebijakan perusahaan. Kegiatan komunikasi diimplementasikan juga dengan baik yaitu dengan melakukan pendampingan kepada masyarakat berupa kegiatan yang dapat menunjang ekonomi masyarakat, terutama pengembangan objek wisata arboretum yang berbasis pada pendidikan lingkungan. Pengembangan objek wisata ini mengedukasi masyarakat untuk mengembangkan dan melestarikan ekosistem gambut agar terhindar dari bencana kebakaran dan kekeringan. Dalam hal ini, model perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh CSR Pertamina dalam mengembangkan ekowisata gambut berbeda dari Philip Lesly. Selain itu, model yang diterapkan juga lebih sederhana dan aplikatif.

Komunikasi yang dilakukan PT Pertamina RU II Sungai Pakning arboretum gambut tersebut dapat menjadi tolak ukur kepedulian perusahaan pada lingkungan baik masyarakat maupun alamnya. Pertamina harus mengajak *stakeholder* lain terutama pemerintah daerah untuk lebih berpartisipasi dalam proses pengembangan program pengembangan ekowisata ini. Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkalis dapat menjadikan

derah ini sebagai eduwisata bagi anak-anak sekolah. Agar ekowisata Arboretum Gambut Marsawa ini menjadi objek wisata dan kawasan yang layak dikunjungi, tentu harus dikemas dan dikembangkan dengan cara diintegrasikan dengan destinasi wisata yang lain dengan diikuti produk-produk wisata lainnya. Secara akademik penelitian ini merekomendasikan agar ada penelitian yang mengembangkan audit kegiatan pelaksanaan komunikasi CSR yang dilakukan Pertamina. Selain itu, pengembangan penelitian perencanaan komunikasi hendaknya juga dapat dilakukan dalam kegiatan komunikasi pemerintah yang sering mengalami kendala terutama dalam mengembangkan ekowisata.

Referensi

- Ali, A. (2018). Travel and tourism: Growth potentials and contribution to the GDP of Saudi Arabia. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 417–427. [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.39](https://doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.39)
- Arida, I. N. S. (2017). *EKOWISATA: Pengembangan, Partisipasi Lokal, dan Tantangan Ekowisata*. Cakra Press.
- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2018). Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kawasan Geopark Pangandaran. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 217. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.18459>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Dutta, A., & Imeri, A. (2016). Corporate Responsibility and Corporate Reputation: Case of Gulf Petroleum and Investment Company. *Journal of Empirical Research in Accounting & Auditing An International Journal*, 03(01), 40–51. <https://doi.org/10.12785/jeraa/030104>
- Giampiccoli, A. (2020). A conceptual justification and a strategy to advance community-based tourism development. *European Journal of Tourism Research*, 25(2020), 1–19.
- Jurin, R. R., Roush, D., & Danter, K. J. (2010). Environmental Communication. Second Edition. In *Environmental Communication. Second Edition*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-90-481-3987-3>
- Karta, N., & Suarhana, I. (2014). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EKOWISATA PADA DESTINASI WISATA DOLPHIN HUNTING LOVINA. Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/8076>
- Kirat, M. (2015). Corporate social responsibility in the oil and gas industry in Qatar perceptions and practices. *Public Relations Review*, 41(4), 438–446. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.001>
- Kitic, B., Kostic Stankovic, M., Cvijovic, J., & Lecic Cvetkovic, D. (2015). Environmental Aspect of Business Communications. *Management - Journal for Theory and Practice of Management*, 20(1), 69–76. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2015.0004>
- Martínez, J. B., Fernández, M. L., Miguel, P., & Fernández, R. (2016). *European Journal of Management Corporate social responsibility : Evolution through institutional and stakeholder perspectives*. 25, 8–14. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2015.11.002>
- Maxwell, J. (2014). Designing a Qualitative Study. In *The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods* (Issue January 2008, pp. 214–253). <https://doi.org/10.4135/9781483348858.n7>
- Mohammad, B., & Bungin, B. (2020). *Corporate Communication (Komunikasi Perusahaan)*. Prenadamedia Group.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.85-102>
- Morsing, M., & Spence, L. J. (2019). Corporate social responsibility (CSR) communication and small and medium sized enterprises: The governmentality dilemma of explicit and implicit CSR communication. *Human Relations*, 72(12), 1920–1947. <https://doi.org/10.1177/0018726718804306>
- Nagarjuna. (2015). Local Community Involvement in Tourism: A Content Analysis of Websites of Wildlife Resorts. *Atna - Journal of Tourism Studies*, 10(1), 13–21.

- <https://doi.org/10.12727/ajts.13.2>
- Nurjanah. (2018). Perencanaan Komunikasi dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24014/jdr.v29i2.6406>
- Pemerintah Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*.
- Putri, F. A., & Adinia, N. C. (2018). The Role of Communication in Sustainable Development Tourism: A Case Study on Community-based Tourism (Pokdarwis) in Nglanggeran Village. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2), 153–161.
<https://doi.org/10.7454/jki.v7i2.9795>
- Putri, G. S., & Amalia, A. M. C. (2020). Model Komunikasi Pemasaran Terpadu Sport Tourism di Kabupaten Malang. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1.
<https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.968>
- Ramadhan, A. J. (2021). Peran Humas XI Axiata Melalui Mobile Laut Nusantara dalam Membangun Citra Perusahaan bagi Nelayan. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 1–16.
- Ridlwan, M. A., Muchsin, S., & Hayat, H. (2017). Model Pengembangan Ekowisata dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Lokal. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 2(2), 141. <https://doi.org/10.15294/jpi.v2i2.9933>
- Subekti, P., Setianti, Y., & Hafiar, H. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Lingkungan Hidup Di Desa Margalaksana Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Kawistara*, 8(2), 148. <https://doi.org/10.22146/kawistara.30379>
- Testarmata, S., Fortuna, F., & Ciaburri, M. (2018). The communication of corporate social responsibility practices through social media channels. *Corporate Board Role Duties and Composition*, 14(1), 34–49. <https://doi.org/10.22495/cbv14i1art3>
- Wedayanti, M. D., & Susanti, H. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) Menggunakan Kontribusi Corporate Social Responsibility (CSR) di Pekanbaru Provinsi Riau. *Wedana*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.25299>
- Widhagdha, M. F., Wahyuni, H. I., & Sulhan, M. (2019). Bonding, bridging and linking relationships of the csr target communities of PT pertamina refinery unit II sungai pakning. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 470–483.
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3504-29>
- Yasir, Y. (2020). Environmental Communication Model of Farmer Community in Peatlands Ecotourism Development. *Journal of Physics: Conference Series*, 1655(1).
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1655/1/012133>
- Yasir, Y., Nurjanah, N., & Yohana, N. (2020). Environmental Communication Model in Bengkalis' s Mangrove Ecotourism Development. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 322–337.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.692>
-