Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)
Volume 7, No.2, November 2026
E-ISSN : 2722-5550

E-ISSN: 2722-5550
DOI. 10.36085/j-sikom.v7i2.10726

Hambatan Komunikasi Strategis dalam Implementasi Corporate Social Responsibility: Studi Kasus pada PT Kalimantan Prima Persada

Patricia Tiurmaida Silaban[1], Marshelia Gloria Narida[2]
Universitas Kristen Indonesia[1,2]
Email: Patriciatiur@gmail.com[1], marshelia.gloria@uki.ac.id[2]

INFO ARTIKEL
Diterima: 11 Juni 2026
Disetujui: 15 Okt 2026
Diterbitkan: 02 Nov 2026

ABSTRACT

This study examines communication barriers in the implementation of the environmental pillar of Corporate Social Responsibility (CSR) programs at PT Kalimantan Prima Persada, a mining services company. The study aims to identify communication barriers, analyze their impact on program implementation, and understand the efforts made to overcome them. A qualitative approach with a case study method was employed across four operational sites, namely BDMA, SJRP, AOCB, and RANT, selected for their diverse geographic characteristics, operational scales, and socio-environmental conditions. Data were collected through in-depth interviews with 12 informants consisting of CSR managers and site area coordinators, supplemented by documentation, using purposive sampling technique. Data analysis followed the Miles, Huberman, and Saldaña model, encompassing data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal three primary communication barriers: mechanical barriers in the form of limited communication infrastructure in remote areas, semantic barriers arising from differing interpretations of program targets between headquarters and operational sites, and human barriers stemming from cultural differences between local communities and company employees. These barriers negatively affected internal coordination and CSR target achievement. The company addressed them through regular cross-site meetings, participatory communication, and site-specific communication strategy adjustments. This study contributes academically by integrating a communication barrier typology into the CSR implementation framework within Indonesia's mining services sector, an area that remains underexplored in existing literature.

Keywords: *Corporate social responsibility, Communication barriers, CSR implementation, Mining industry, Strategic communication,*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas hambatan komunikasi dalam implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) pilar lingkungan di PT Kalimantan Prima Persada, sebuah perusahaan jasa pertambangan. Penelitian bertujuan mengidentifikasi hambatan komunikasi, menganalisis pengaruhnya terhadap pelaksanaan program, serta memahami upaya mengatasinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada empat site operasional, yaitu BDMA, SJRP, AOCB, dan RANT, yang dipilih karena merepresentasikan keberagaman karakteristik geografis, skala operasional, dan kondisi sosial-lingkungan perusahaan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 12 informan yang terdiri dari manajer CSR, koordinator site area, serta dokumentasi dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan tiga hambatan

utama: hambatan mekanik berupa keterbatasan infrastruktur komunikasi di area terpencil, hambatan semantik berupa perbedaan interpretasi target program antara kantor pusat dan site, serta hambatan manusiawi berupa perbedaan budaya antara Masyarakat dan karyawan. Hambatan manusiawi dan sematik merupakan paling dominan. Hambatan tersebut berdampak pada koordinasi internal dan pencapaian target CSR. Perusahaan mengatasinya melalui rapat rutin lintas site, komunikasi partisipatif, dan penyesuaian strategi komunikasi per site. Penelitian ini berkontribusi secara ilmiah dengan mengintegrasikan tipologi hambatan komunikasi ke dalam kerangka implementasi CSR pada sektor pertambangan jasa di Indonesia, yang masih jarang dikaji secara spesifik.

Kata Kunci: *Corporate social responsibility,* Hambatan komunikasi, Industri pertambangan, Implementasi CSR, Komunikasi strategis

PENDAHULUAN

Industri pertambangan merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui penerimaan negara, penciptaan lapangan kerja, serta penyediaan bahan baku bagi berbagai sektor industri. Berdasarkan data Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) tahun 2025, sektor pertambangan dan penggalian memberikan kontribusi sekitar 12% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2024 dan diproyeksikan terus menunjukkan pertumbuhan positif. Di balik kontribusi tersebut, aktivitas pertambangan juga menimbulkan berbagai dampak sosial dan lingkungan, seperti perubahan bentang alam, pencemaran air dan udara, kerusakan ekosistem, serta potensi konflik dengan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan. Kondisi ini menuntut perusahaan pertambangan untuk tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Sebagai bentuk tanggung jawab terhadap dampak operasionalnya, perusahaan pertambangan dituntut menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) secara berkelanjutan. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha secara etis dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan serta memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Dalam industri pertambangan, pelaksanaan CSR tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kewajiban regulasi, tetapi juga menjadi strategi perusahaan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat, meningkatkan *social license to operate*, serta mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Meskipun demikian, keberhasilan implementasi CSR tidak hanya ditentukan oleh perencanaan program, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi yang dilakukan perusahaan. Komunikasi berperan penting dalam menyampaikan tujuan program, membangun pemahaman bersama, mendorong partisipasi masyarakat, serta memperkuat koordinasi antar pemangku kepentingan. Sebaliknya, hambatan komunikasi dapat menyebabkan kesalahpahaman, rendahnya partisipasi, ketidaksesuaian implementasi program dengan kebutuhan masyarakat, hingga tidak tercapainya tujuan CSR yang telah direncanakan. Oleh karena itu, komunikasi menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan implementasi program CSR, khususnya pada industri pertambangan yang memiliki karakteristik operasional kompleks dan melibatkan berbagai pihak dengan kepentingan yang beragam.

Komunikasi dalam implementasi CSR tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses membangun dialog, partisipasi, dan kepercayaan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Implementasi CSR melibatkan berbagai aktor, mulai dari manajemen perusahaan, karyawan, pemerintah, hingga masyarakat sekitar, sehingga membutuhkan koordinasi dan pertukaran informasi yang efektif. Komunikasi yang terbuka dan partisipatif memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan masyarakat sekaligus menyelaraskan tujuan program CSR dengan harapan para pemangku kepentingan. Sebaliknya, komunikasi yang tidak efektif berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, konflik kepentingan, rendahnya partisipasi masyarakat, hingga kegagalan program dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Berbagai penelitian telah menegaskan bahwa komunikasi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan implementasi CSR. Menurut Morsing dan Schultz (2006), komunikasi CSR tidak cukup dilakukan secara satu arah melalui penyampaian informasi perusahaan, tetapi perlu dibangun melalui dialog dua arah yang mendorong keterlibatan (*stakeholder engagement*) sehingga tercipta hubungan yang saling percaya antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Selanjutnya, Du, Bhattacharya, dan Sen (2010) menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi CSR dipengaruhi oleh transparansi, konsistensi pesan, serta keterlibatan para pemangku kepentingan dalam setiap tahapan pelaksanaan program. Komunikasi yang efektif tidak hanya meningkatkan legitimasi perusahaan, tetapi juga memperkuat reputasi dan keberhasilan implementasi program CSR.

Dalam konteks implementasi program, berbagai hambatan komunikasi masih sering ditemukan. Hambatan tersebut dapat berupa perbedaan persepsi antar pelaksana program,

keterbatasan koordinasi lintas unit kerja, penyampaian informasi yang tidak konsisten, maupun rendahnya pemahaman masyarakat terhadap tujuan program CSR. Hambatan-hambatan tersebut dapat mengurangi efektivitas pelaksanaan program, menghambat proses pengambilan keputusan, serta menyebabkan kesenjangan antara perencanaan dan implementasi di lapangan. Oleh karena itu, identifikasi terhadap hambatan komunikasi menjadi aspek penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi CSR, khususnya pada industri jasa pertambangan yang memiliki karakteristik operasional kompleks dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan.

Sejumlah penelitian telah mengkaji pentingnya komunikasi dalam mendukung keberhasilan implementasi Corporate Social Responsibility (CSR). Masrul (2019) menemukan bahwa komunikasi CSR yang lebih banyak dilakukan melalui *opinion leader* menimbulkan ketimpangan informasi, kurangnya keterbukaan dalam sosialisasi program, serta rendahnya partisipasi masyarakat. Kondisi tersebut berdampak pada terbatasnya manfaat program CSR yang dirasakan masyarakat sehingga penelitian tersebut menekankan pentingnya komunikasi yang lebih langsung, terbuka, dan partisipatif dalam pelaksanaan CSR.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Setyorini et al. (2021) menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis melalui penentuan sasaran, penyusunan pesan, pemilihan media, dan penetapan komunikator mampu mendukung keberhasilan implementasi program CSR. Meskipun demikian, penelitian tersebut juga mengidentifikasi adanya hambatan komunikasi yang berasal dari faktor sosio-antropologis, semantik, dan psikologis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR tidak hanya dipengaruhi oleh perencanaan strategi komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola berbagai hambatan komunikasi yang muncul selama pelaksanaan program.

Sementara itu, Yasin dan Beckman (2023) melalui *systematic literature review* terhadap 270 artikel menjelaskan bahwa komunikasi internal yang transparan dan partisipatif berperan penting dalam membangun pemahaman, keterlibatan, serta kepercayaan karyawan terhadap implementasi CSR. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif dapat menimbulkan sikap skeptis (*cynicism*) sehingga memengaruhi keberhasilan implementasi program CSR. Temuan tersebut menegaskan bahwa komunikasi merupakan faktor penting yang menentukan efektivitas pelaksanaan CSR, baik pada tingkat internal organisasi maupun dalam hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai komunikasi CSR umumnya berfokus pada strategi komunikasi, pola komunikasi dengan masyarakat, serta pengaruh komunikasi terhadap keberhasilan pelaksanaan program CSR. Namun, penelitian yang secara khusus mengidentifikasi hambatan komunikasi dalam implementasi program CSR pada industri jasa pertambangan masih terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana hambatan komunikasi memengaruhi pelaksanaan program CSR di berbagai wilayah operasional (*site*) serta upaya yang dilakukan oleh *Person in Charge* (PIC) CSR dalam mengatasinya. Padahal, karakteristik industri jasa pertambangan memiliki kompleksitas komunikasi yang tinggi karena melibatkan koordinasi lintas unit kerja, berbagai pemangku kepentingan, serta kondisi sosial masyarakat yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hambatan komunikasi yang muncul dalam implementasi program CSR di PT Kalimantan Prima Persada serta mengidentifikasi upaya yang dilakukan oleh PIC CSR site area dalam mengatasi hambatan tersebut.

PT Kalimantan Prima Persada (KPP Mining) merupakan perusahaan jasa pertambangan terintegrasi yang menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan mengacu pada ISO 26000:2010 melalui empat pilar utama, yaitu ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan (KPP Mining, 2025). Sebagai perusahaan yang beroperasi di berbagai wilayah pertambangan di Indonesia, KPP Mining menempatkan CSR sebagai bagian dari upaya mewujudkan pembangunan berkelanjutan sekaligus memperkuat hubungan dengan masyarakat di sekitar wilayah operasional. Implementasi program CSR tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di setiap *site*, seperti pemberdayaan ekonomi, peningkatan kualitas pendidikan dan kesehatan, serta pelestarian lingkungan (Annual Report CSR KPP Mining, 2024).

Meskipun demikian, implementasi program CSR di KPP Mining masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan data internal perusahaan, masih terdapat *gap awareness* dalam pelaksanaan CSR, di mana sebagian karyawan belum memandang CSR sebagai mitra strategis perusahaan, melainkan hanya sebagai pelengkap kegiatan operasional (KPP Mining, 2025). Selain itu, evaluasi internal perusahaan menunjukkan bahwa target pelaksanaan CSR pada tahun 2025 belum sepenuhnya tercapai sesuai dengan rencana strategis yang telah ditetapkan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa implementasi CSR masih menghadapi berbagai kendala yang berpotensi memengaruhi efektivitas pelaksanaan program.

Data internal CSR KPP Mining hingga Oktober 2025 menunjukkan bahwa dari empat pilar utama CSR eksternal, pilar lingkungan memiliki tingkat ketercapaian paling rendah pada sejumlah wilayah operasional perusahaan (KPP Mining, 2025). Evaluasi tersebut juga memperlihatkan bahwa beberapa site masih belum mampu mencapai target implementasi CSR secara optimal. Temuan tersebut menjadi perhatian perusahaan karena pilar lingkungan memiliki keterkaitan langsung dengan karakteristik industri jasa pertambangan yang sangat bergantung pada keberhasilan pengelolaan hubungan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kondisi tersebut adalah munculnya hambatan komunikasi dalam implementasi program CSR. Berdasarkan hasil evaluasi internal perusahaan, hambatan tersebut antara lain berupa perbedaan persepsi mengenai tujuan program CSR, kurang optimalnya koordinasi antarunit kerja, ketidaksinkronan informasi antara kantor pusat dan *site* operasional, serta belum meratanya pemahaman para pemangku kepentingan terhadap pelaksanaan program (KPP Mining, 2025). Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kesenjangan antara perencanaan dan implementasi program CSR sehingga efektivitas pelaksanaan program menjadi belum optimal.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas implementasi CSR, KPP Mining menyelenggarakan CSR Workshop 2025 yang bertujuan mengidentifikasi berbagai hambatan implementasi CSR di setiap site serta merumuskan strategi perbaikan yang dapat diterapkan perusahaan (KPP Mining, 2025). Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa hambatan komunikasi merupakan salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian agar pelaksanaan program CSR dapat berjalan secara lebih efektif, terkoordinasi, dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengetahui secara mendalam hambatan komunikasi yang muncul dalam implementasi program CSR di PT Kalimantan Prima Persada serta menjelaskan upaya yang dilakukan oleh PIC CSR site area dalam mengatasi hambatan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas implementasi CSR serta memperkaya kajian komunikasi organisasi dan CSR, khususnya pada konteks industri jasa pertambangan.

KAJIAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (Csr)

Menurut Azizul Kholis (2020) dalam buku Corporate Social Responsibility: Konsep dan Implementasi, Corporate Social Responsibility (CSR) dipahami sebagai upaya peningkatan kualitas kapasitas manusia sebagai individu sekaligus anggota masyarakat agar mampu merespons kondisi sosial yang ada serta memanfaatkan, menikmati, dan menjaga kelestarian lingkungan hidup.

Berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan serta kelestarian lingkungan, sehingga memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi komunitas sekitar dan masyarakat secara luas.

John Elkington menyatakan bahwa perusahaan yang ingin mencapai keberlanjutan harus memperhatikan tiga unsur utama yang dikenal sebagai konsep 3P, yaitu profit, people, dan planet. Perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial (*profit*), tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Pemikiran tersebut dikemukakan kembali dalam buku Corporate Social Responsibility: Teori dan Aplikasi karya Prayudi (2021), yang menjelaskan bahwa konsep Triple Bottom Line menjadi dasar penting dalam penerapan CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

Konsep tersebut dikenal sebagai Triple Bottom Line, yang mencakup kemakmuran ekonomi *(economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan *(environmental quality),* dan keadilan sosial (*social justice*). Elkington menegaskan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan harus mengintegrasikan ketiga aspek tersebut secara seimbang. Dengan demikian, profit merepresentasikan aspek ekonomi, people mencerminkan aspek sosial, dan planet menggambarkan aspek lingkungan. Dengan demikian, implementasi CSR tidak hanya bergantung pada perencanaan program, tetapi juga pada proses komunikasi antara perusahaan dan para pemangku kepentingan.

Komunikasi Strategis dalam Implementasi CSR

Komunikasi strategis merupakan suatu praktik komunikasi yang dilakukan secara sengaja, terencana, dan berorientasi pada tujuan tertentu oleh agen komunikasi atas nama suatu entitas komunikatif di ruang publik. Holtzhausen et al (2021) mendefinisikan komunikasi strategis sebagai praktik komunikasi yang bersifat terencana dan purposif yang dijalankan oleh agen komunikasi di ruang publik guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi atau individu publik.

Salah satu tujuan utama komunikasi strategis adalah membangun dan menjaga reputasi organisasi di mata publik, karena reputasi merupakan aset tidak berwujud yang sangat menentukan tingkat penerimaan dan legitimasi sosial. Selain itu, komunikasi strategis berperan dalam menciptakan dan meningkatkan kepercayaan publik melalui penyampaian informasi yang konsisten, transparan, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Komunikasi strategis juga digunakan untuk mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), seperti masyarakat, pemerintah, media, dan pihak internal organisasi, agar tercipta hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan (Hamad, 2024).

Dalam kajian komunikasi strategis, Holtzhausen et al. (2021) menjelaskan bahwa praktik komunikasi strategis beroperasi pada tiga level analisis, yaitu makro, meso, dan mikro, yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan.

1) Level makro berkaitan dengan faktor lingkungan eksternal organisasi, seperti kondisi sosial, politik, ekonomi, budaya, regulasi, serta dinamika masyarakat, yang dalam konteks industri pertambangan mencakup regulasi pemerintah, tuntutan sosial, isu lingkungan, dan sensitivitas masyarakat terhadap dampak operasional tambang.
2) Level meso berfokus pada organisasi itu sendiri, termasuk struktur manajemen, kebijakan internal, budaya organisasi, serta strategi CSR yang dirancang dan diputuskan oleh perusahaan pertambangan. Sementara itu,
3) Level mikro berkaitan dengan aspek operasional komunikasi, seperti perumusan pesan CSR, pemilihan media komunikasi, serta interaksi langsung dengan masyarakat dan pemangku kepentingan di sekitar wilayah tambang.

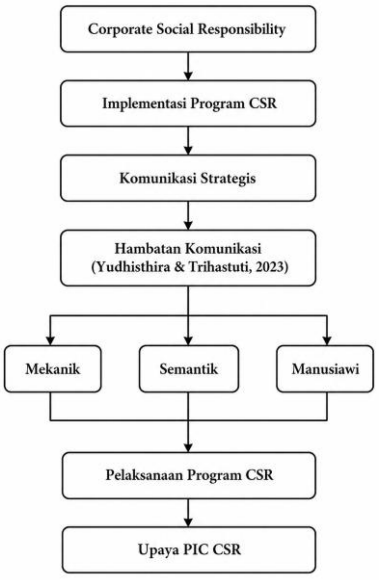
Namun dalam praktiknya komunikasi strategis tidak selalu berjalan secara efektif karena adanya berbagai hambatan komunikasi.

Hambatan Komunikasi

Menurut Yudhisthira dan Trihastuti (2023) Hambatan komunikasi dapat dipahami sebagai kondisi yang menyebabkan proses komunikasi antara dua orang atau lebih tidak berjalan secara optimal. Hambatan ini muncul ketika terdapat faktor tertentu yang mengganggu salah satu unsur dalam proses komunikasi, sehingga pesan yang disampaikan tidak dapat diterima atau dipahami secara efektif.

Hambatan komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu hambatan mekanik, semantik, dan manusiawi. Hambatan mekanik berkaitan dengan gangguan pada media komunikasi, seperti masalah pada sinyal radio atau jaringan internet yang mengakibatkan pesan diterima secara tidak jelas. Hambatan semantik terjadi ketika terdapat kesulitan dalam memahami makna pesan yang disampaikan, sehingga menimbulkan perbedaan atau kesalahan penafsiran antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Sementara itu, hambatan manusiawi bersumber dari faktor internal individu, seperti kondisi emosional, prasangka pribadi terhadap orang lain, serta keterbatasan atau gangguan pada fungsi panca indera Yudhisthira dan Trihastuti (2023).

Dalam implementasi CSR di PT Kalimantan Prima Persada, hambatan komunikasi tersebut berpotensi mempengaruhi efektivitas komunikasi strategis, baik dalam proses perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi program CSR. Oleh karena itu, konsep hambatan komunikasi menjadi landasan penting dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi jenis-jenis hambatan komunikasi strategis yang muncul serta memahami dampaknya terhadap keberhasilan implementasi CSR di lingkungan industri jasa pertambangan.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam hambatan komunikasi dalam implementasi CSR pilar lingkungan di PT Kalimantan Prima Persada. Metode studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian fenomena komunikasi dalam konteks organisasi tertentu secara mendalam. Objek penelitian ini adalah hambatan komunikasi yang muncul dalam pelaksanaan program CSR pada empat site operasional, yaitu BDMA (Kalimantan Utara), SJRP (Nusa Tenggara Barat), AOCB (Sumatera Selatan), dan RANT (Kalimantan Selatan), yang berada dalam satu sistem organisasi dengan kebijakan CSR yang terpusat.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yang terdiri atas satu orang Manajer Departemen CSR Kantor Pusat serta empat PIC CSR pada masing-masing site operasional. Informan tersebut dipilih karena memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam perencanaan maupun pelaksanaan program CSR. Selain data primer yang diperoleh melalui wawancara, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa laporan kegiatan CSR, pedoman pelaksanaan program, laporan tahunan Divisi Community Development, serta dokumen internal perusahaan yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan pada November 2025 hingga Januari 2026 melalui wawancara mendalam *in-depth interview* secara semi-terstruktur dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai implementasi program CSR, hambatan komunikasi yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan dalam mengatasinya. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memverifikasi informasi hasil wawancara melalui penelaahan berbagai dokumen pendukung yang berkaitan dengan pelaksanaan program CSR.

Data dianalisis secara kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu mentranskripsikan hasil wawancara, melakukan *coding* terhadap data yang relevan, mengelompokkan kode ke dalam kategori berdasarkan jenis hambatan komunikasi, kemudian menyusun tema-tema utama yang menggambarkan hambatan komunikasi dalam implementasi CSR. Tahap selanjutnya dilakukan interpretasi terhadap setiap tema dengan mengaitkannya pada konsep komunikasi strategis dan teori hambatan komunikasi yang digunakan dalam penelitian. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antarinforman dan dokumen perusahaan, serta *member checking* untuk memastikan kesesuaian informasi yang disampaikan oleh informan.

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian. Sebelum proses wawancara dilakukan, seluruh informan memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian dan memberikan persetujuan untuk berpartisipasi secara sukarela. Identitas informan dijaga kerahasiaannya, sedangkan penggunaan dokumen internal perusahaan dilakukan atas izin pihak yang berwenang dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program CSR pilar lingkungan di PT Kalimantan Prima Persada menghadapi berbagai hambatan komunikasi strategis yang memengaruhi pelaksanaan program di tingkat site. Berdasarkan wawancara dengan empat PIC CSR site dan Manajer Departemen CSR Kantor Pusat, hambatan komunikasi yang ditemukan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu hambatan mekanik, hambatan semantik, dan hambatan manusiawi. Ketiga hambatan tersebut muncul dengan karakteristik yang berbeda pada setiap site, bergantung pada kondisi operasional, karakteristik masyarakat, serta dinamika komunikasi internal perusahaan. Meskipun memiliki bentuk yang berbeda, seluruh hambatan tersebut berdampak pada proses koordinasi, penyampaian informasi, dan keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program CSR.

Hambatan Mekanik dalam Komunikasi CSR

Hambatan mekanik dalam implementasi CSR terutama berkaitan dengan media komunikasi dan kondisi infrastruktur yang digunakan dalam penyampaian informasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa bentuk hambatan mekanik berbeda pada setiap site. Pada BDMA, hambatan muncul ketika komunikasi melalui media digital, seperti email dan WhatsApp, tidak disertai penjelasan yang memadai sehingga menimbulkan ambiguitas dalam memahami informasi yang disampaikan. Sebaliknya, pada site AOCB, hambatan lebih banyak dipengaruhi oleh keterbatasan infrastruktur berupa gangguan listrik dan jaringan telekomunikasi yang menyebabkan proses koordinasi menjadi tidak optimal. Sementara itu, site SJRP dan RANT tidak mengalami hambatan mekanik yang signifikan karena komunikasi internal berlangsung responsif dan didukung koordinasi yang intensif antara site dan head office.

Salah satu informan menjelaskan kondisi tersebut sebagai berikut.

> "Sini sering mati listrik, hilang sinyal.... Kalau media sudah bagus sih, WA, Zoom, Microsoft sudah dipakai." (Informan 3)

Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan mekanik dalam implementasi CSR tidak semata-mata disebabkan oleh keterbatasan media komunikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi geografis wilayah operasional perusahaan yang sebagian besar berada di daerah terpencil. Meskipun perusahaan telah memanfaatkan berbagai media komunikasi digital, efektivitas penyampaian informasi tetap bergantung pada kesiapan infrastruktur pendukung. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi strategis dalam implementasi CSR tidak hanya ditentukan oleh pemilihan media komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi menyesuaikan strategi komunikasi dengan kondisi operasional di setiap site.

Hambatan Semantik dalam Komunikasi CSR

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan semantik merupakan hambatan yang paling sering ditemukan dalam implementasi program CSR. Hambatan ini muncul karena adanya perbedaan pemaknaan terhadap pesan yang disampaikan, baik dalam komunikasi internal perusahaan maupun komunikasi dengan masyarakat. Pada komunikasi internal, hambatan terjadi akibat ketidakjelasan penyampaian kebijakan dari head office kepada site, perbedaan persepsi mengenai pembagian tugas, serta perbedaan cara pandang terhadap fungsi CSR dalam organisasi. Sementara itu, pada komunikasi eksternal, masyarakat di seluruh site cenderung memaknai CSR sebagai bentuk bantuan langsung dari perusahaan, sedangkan perusahaan menempatkan CSR sebagai program pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada keberlanjutan.

Salah satu informan menjelaskan bahwa masyarakat sering kali menganggap setiap informasi mengenai rencana program sebagai bentuk janji perusahaan. Ketika program tidak dapat direalisasikan sesuai harapan masyarakat, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kekecewaan hingga konflik sosial. Selain itu, pada komunikasi internal ditemukan pula kebingungan dalam memahami kebijakan perusahaan akibat informasi yang disampaikan melalui media digital tidak dijelaskan secara rinci.

> "Agak bingung kan kami orang site dibilangnya stok yang udah ada di-take out semua. Jadi kayak yang benar tuh yang mana." (Informan 1)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa hambatan semantik tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa, tetapi juga dipengaruhi oleh perbedaan persepsi, pengalaman,

dan pemahaman antaraktor yang terlibat dalam implementasi CSR. Perbedaan interpretasi tersebut menyebabkan tujuan program yang dirancang perusahaan tidak selalu dipahami secara sama oleh pelaksana maupun masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi strategis dalam CSR memerlukan penyamaan persepsi secara berkelanjutan agar pesan yang disampaikan dapat diterima sesuai dengan tujuan program.

Hambatan Manusiawi dalam Komunikasi CSR

Selain hambatan mekanik dan semantik, penelitian ini juga menemukan hambatan manusiawi yang berkaitan dengan karakteristik individu, kapasitas sumber daya manusia, serta dinamika sosial masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan. Hambatan ini muncul dalam bentuk yang beragam pada setiap site. Pada BDMA, hambatan dipengaruhi oleh perbedaan budaya dan tingginya sensitivitas masyarakat terhadap isu sosial sehingga kesalahan komunikasi berpotensi berkembang menjadi konflik. Di SJRP, hambatan lebih banyak disebabkan oleh rendahnya kapasitas sebagian masyarakat yang menyebabkan mereka mudah terpengaruh oleh informasi yang belum tentu benar. Sementara itu, pada AOCB ditemukan keterbatasan sumber daya manusia di internal perusahaan sehingga satu individu harus menjalankan beberapa fungsi pekerjaan sekaligus. Pada RANT, hambatan manusiawi terlihat dari tingginya ketergantungan masyarakat terhadap perusahaan sehingga partisipasi dalam program CSR masih rendah.

Salah satu informan menjelaskan bahwa miskomunikasi yang terjadi di lapangan pernah berkembang menjadi konflik yang melibatkan tokoh adat dan pemerintah setempat.

> "Kalau ada kendala di komunikasi, pasti semuanya akan jadi chaos.... kami hampir didemo waktu itu sampai akhirnya masuk ke persidangan adat." (Informan 1)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa hambatan manusiawi merupakan hambatan yang paling kompleks karena tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam berkomunikasi, tetapi juga oleh faktor budaya, pengalaman, persepsi, serta hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi strategis dalam implementasi CSR memerlukan pendekatan yang lebih partisipatif, adaptif, dan sensitif terhadap karakteristik sosial di setiap wilayah operasional.

Dampak terhadap Pencapaian Target Program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan komunikasi memberikan dampak langsung terhadap pencapaian target program CSR pilar lingkungan di PT Kalimantan Prima

Persada. Hambatan yang terjadi, baik dalam bentuk mekanik, semantik, maupun manusiawi, menyebabkan proses implementasi program tidak selalu berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Perbedaan pemahaman antara perusahaan dan masyarakat, keterlambatan penyampaian informasi, serta rendahnya partisipasi masyarakat menjadi faktor yang menghambat pencapaian target program di beberapa site.

Salah satu contoh terlihat pada program penanaman pohon di site BDMA. Miskomunikasi dengan masyarakat adat menyebabkan pelaksanaan program tidak berjalan sesuai rencana sehingga target penanaman sekitar 1.000 pohon hanya terealisasi sekitar 100–200 pohon. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR tidak hanya bergantung pada kesiapan teknis perusahaan, tetapi juga pada keberhasilan komunikasi dalam membangun kesepahaman dengan masyarakat sebagai penerima manfaat program.

Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan komunikasi mampu memengaruhi efektivitas implementasi CSR sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan program. Ketika pesan mengenai tujuan dan mekanisme program tidak dipahami secara sama oleh seluruh pihak yang terlibat, maka dukungan masyarakat terhadap program cenderung menurun sehingga target yang telah direncanakan perusahaan menjadi sulit dicapai.

Dampak terhadap Hubungan dengan Stakeholder dan Keberlanjutan Program

Selain memengaruhi pencapaian target program, hambatan komunikasi juga berdampak pada hubungan perusahaan dengan stakeholder serta keberlanjutan implementasi program CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan persepsi masyarakat terhadap tujuan CSR menyebabkan sebagian masyarakat masih memandang program sebagai bantuan perusahaan, bukan sebagai upaya pemberdayaan yang membutuhkan keterlibatan aktif masyarakat. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya rasa memiliki (sense of belonging) terhadap program yang dijalankan.

Salah satu informan menjelaskan bahwa rendahnya keterlibatan masyarakat menyebabkan berbagai program CSR sulit dipertahankan setelah perusahaan selesai melaksanakan kegiatan.

> "Tidak ada rasa saling memiliki terhadap program itu.... Jadi merasa program itu program perusahaan, bukan program untuk mereka. Kebanyakan program yang dijalankan oleh kita itu bakal berhenti." (Informan 4)

Pada kasus lain, hambatan komunikasi bahkan berkembang menjadi konflik sosial antara perusahaan dan masyarakat. Informan menjelaskan bahwa kesalahpahaman informasi pernah memicu ketegangan yang berujung pada potensi demonstrasi dan penyelesaian melalui forum adat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang tidak efektif tidak hanya menghambat pelaksanaan program, tetapi juga berpotensi menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas hubungan antara perusahaan dan stakeholder menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlanjutan program CSR. Semakin baik komunikasi yang dibangun perusahaan dengan masyarakat, semakin besar peluang terciptanya partisipasi masyarakat dan keberlangsungan program dalam jangka panjang.

Dampak terhadap Dukungan Organisasi

Penelitian ini juga menemukan bahwa hambatan komunikasi tidak hanya berdampak pada hubungan eksternal perusahaan, tetapi turut memengaruhi proses pengambilan keputusan di tingkat internal organisasi. Perbedaan persepsi mengenai fungsi CSR menyebabkan sebagian pihak internal masih memandang program CSR sebagai aktivitas yang berorientasi pada biaya, bukan sebagai investasi sosial yang mendukung keberlanjutan perusahaan. Persepsi tersebut berdampak pada terbatasnya dukungan organisasi terhadap pelaksanaan program CSR, termasuk munculnya rencana pengurangan anggaran pada beberapa program lingkungan.

Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia di beberapa site menyebabkan pelaksanaan komunikasi CSR belum dapat dilakukan secara optimal. Beberapa PIC harus menjalankan lebih dari satu fungsi pekerjaan secara bersamaan sehingga waktu dan perhatian terhadap pelaksanaan program CSR menjadi terbatas. Kondisi tersebut berdampak pada proses koordinasi, sosialisasi program, serta monitoring kegiatan yang tidak dapat dilakukan secara maksimal.

Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas implementasi CSR dipengaruhi oleh dukungan organisasi dalam menyediakan sumber daya, membangun koordinasi internal, dan menyamakan persepsi mengenai pentingnya CSR sebagai bagian dari strategi perusahaan. Dengan demikian, komunikasi strategis tidak hanya diperlukan dalam membangun

hubungan dengan masyarakat, tetapi juga dalam memperkuat pemahaman dan komitmen seluruh elemen organisasi terhadap pelaksanaan program CSR.

Upaya Perusahaan dalam mengatasi Hambatan Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Kalimantan Prima Persada menerapkan berbagai strategi komunikasi untuk mengatasi hambatan yang muncul dalam implementasi program CSR pilar lingkungan. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penguatan koordinasi internal, pembangunan hubungan dengan stakeholder, serta monitoring dan evaluasi program. Berbagai strategi tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa hambatan komunikasi tidak mengganggu pencapaian tujuan program CSR di setiap site operasional.

Penguatan Koordinasi Internal

Salah satu strategi komunikasi yang diterapkan perusahaan adalah memperkuat koordinasi antara head office dan site melalui komunikasi yang dilakukan secara rutin menggunakan berbagai media, seperti email, WhatsApp, Microsoft Teams, Zoom, serta pertemuan koordinasi berkala. Melalui mekanisme tersebut, setiap perkembangan program maupun kendala yang muncul di lapangan dapat segera disampaikan kepada pihak yang berwenang sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih cepat.

Selain memanfaatkan media komunikasi digital, perusahaan juga menerapkan mekanisme pelaporan berjenjang melalui PIC CSR di setiap site. PIC CSR berperan sebagai penghubung antara pelaksana program di lapangan dengan manajemen perusahaan, termasuk dalam menyampaikan perkembangan program, kendala implementasi, maupun kebutuhan dukungan dari head office. Mekanisme tersebut membantu perusahaan menjaga konsistensi pelaksanaan program CSR di berbagai wilayah operasional meskipun memiliki karakteristik yang berbeda.

Temuan ini menunjukkan bahwa koordinasi internal menjadi bagian penting dari komunikasi strategis perusahaan. Komunikasi yang berlangsung secara rutin memungkinkan organisasi merespons hambatan secara lebih cepat serta menjaga keselarasan pelaksanaan program CSR di seluruh site.

Pendekatan Stakeholder sebagai Strategi Membangun Kepercayaan

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan pendekatan komunikasi yang berorientasi pada stakeholder untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lokal. Strategi tersebut dilakukan melalui pelibatan tokoh masyarakat, pemerintah daerah, serta berbagai pihak yang memiliki pengaruh dalam proses implementasi program CSR.



Gambar 3. Bekerjasama dengan kepala dinas ,TNI dan Polisi untuk program CSR penanaman pohon di site AGMR

Pada beberapa site, perusahaan menjalin kerja sama dengan kepala dinas, tokoh masyarakat, serta instansi pemerintah dalam pelaksanaan program lingkungan, seperti penanaman pohon dan kegiatan konservasi. Keterlibatan para stakeholder tersebut membantu perusahaan menyampaikan tujuan program secara lebih mudah sekaligus meningkatkan legitimasi program di mata masyarakat. Selain itu, komunikasi yang dibangun dengan stakeholder juga dimanfaatkan untuk mengklarifikasi berbagai informasi yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman maupun konflik sosial.

Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi CSR tidak hanya bergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat secara langsung, tetapi juga pada kemampuan perusahaan membangun jaringan komunikasi dengan berbagai stakeholder yang memiliki pengaruh dalam lingkungan sosial masyarakat.

Pendekatan Personal dan Sensitivitas Budaya

Selain pendekatan formal kepada stakeholder, perusahaan juga menerapkan strategi komunikasi yang bersifat informal dan kultural untuk membangun kepercayaan masyarakat. Pada site AOCB yang dijelaskan oleh Informan 3, komunikasi dengan masyarakat tidak

hanya dilakukan melalui pertemuan resmi, tetapi juga melalui interaksi sosial sehari-hari seperti diskusi santai atau pertemuan informal dengan masyarakat.



Gambar 4. Pendekatan Site AOCB kepada masyarakat pada program lingkungan

Pendekatan ini bertujuan untuk membangun persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan serta menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial di sekitar wilayah operasional. Selain itu, informan juga menjelaskan bahwa koordinasi rutin dilakukan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, aparat keamanan, dan pemangku kepentingan lainnya. Melalui jaringan komunikasi tersebut, perusahaan dapat memantau isu sosial yang berkembang di masyarakat dan mengambil langkah preventif untuk menghindari konflik.

Monitoring dan Evaluasi sebagai Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi lainnya diwujudkan melalui pelaksanaan monitoring dan evaluasi program CSR secara berkala. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan target program setiap tahun yang kemudian dipantau melalui monitoring bulanan dengan membandingkan antara rencana program dan realisasi pelaksanaannya di setiap site. Apabila ditemukan ketidaksesuaian antara target dan capaian program, perusahaan melakukan identifikasi penyebab permasalahan serta menyusun langkah perbaikan (corrective action).



Gambar 6. kegiatan CSR workshop 2025 untuk evaluasi tahunan program CSR

Selain monitoring rutin, perusahaan juga melaksanakan CSR Workshop sebagai forum koordinasi antar-site untuk melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program sekaligus berbagi pengalaman dalam mengatasi berbagai hambatan komunikasi yang muncul selama implementasi program. Kegiatan tersebut memperkuat proses pembelajaran organisasi karena setiap site dapat saling bertukar praktik yang dinilai efektif dalam membangun hubungan dengan masyarakat maupun mengelola pelaksanaan program CSR.

Oleh karena itu, monitoring dan evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pengendalian program, tetapi juga menjadi bagian dari komunikasi strategis organisasi dalam menjaga kesinambungan implementasi CSR. Melalui proses evaluasi yang berkelanjutan, perusahaan dapat melakukan penyesuaian strategi komunikasi sesuai dengan dinamika yang berkembang di setiap wilayah operasional.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan PT Kalimantan Prima Persada tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai program CSR, tetapi juga sebagai mekanisme organisasi dalam mengelola berbagai hambatan komunikasi yang muncul selama implementasi program. Penguatan koordinasi internal, pendekatan kepada stakeholder, komunikasi yang mempertimbangkan aspek sosial budaya, serta monitoring dan evaluasi menjadi respons strategis perusahaan untuk menjaga efektivitas pelaksanaan program CSR di berbagai site operasional.

Untuk mempermudah pemahaman mengenai hubungan antara hambatan komunikasi, dampak yang ditimbulkan, serta strategi komunikasi yang diterapkan perusahaan, hasil penelitian disintesiskan pada Tabel X berikut. Tabel ini menunjukkan bahwa setiap jenis hambatan memerlukan respons komunikasi yang berbeda sesuai dengan karakteristik permasalahan yang dihadapi.

Hambatan Komunikasi	**Dampak terhadap Implementasi CSR**	**Strategi Perusahaan**
Hambatan Mekanik (gangguan jaringan, listrik, media komunikasi, serta ketidakjelasan	Koordinasi antara head office dan site menjadi terhambat, keterlambatan penyampaian informasi dan pelaporan program, serta proses	Memanfaatkan berbagai media komunikasi (WhatsApp, email, Microsoft Teams, Zoom), meningkatkan koordinasi rutin antara head

penyampaian informasi melalui media digital)	implementasi kegiatan CSR menjadi kurang optimal.	office dan site, serta memperkuat mekanisme pelaporan melalui PIC CSR.
Hambatan Semantik (perbedaan pemahaman mengenai kebijakan perusahaan, tujuan CSR, dan persepsi masyarakat terhadap program CSR)	Terjadi miskomunikasi antara perusahaan dan stakeholder, muncul perbedaan ekspektasi terhadap program, menurunnya pemahaman masyarakat mengenai tujuan CSR, serta berpotensi memicu konflik sosial.	Melakukan sosialisasi program secara berkelanjutan, memperjelas penyampaian informasi, membangun komunikasi intensif dengan stakeholder, serta menyamakan persepsi mengenai tujuan program CSR.
Hambatan Manusiawi (perbedaan karakteristik masyarakat, budaya lokal, keterbatasan SDM, serta rendahnya partisipasi masyarakat)	Partisipasi masyarakat menjadi rendah, target program sulit tercapai, keberlanjutan program terganggu, dan hubungan perusahaan dengan masyarakat menjadi kurang optimal.	Menerapkan pendekatan personal dan budaya, melibatkan tokoh masyarakat dan pemerintah daerah, memperkuat kolaborasi dengan stakeholder, serta melakukan monitoring dan evaluasi program secara berkala.

Tabel 1. Tabel Sintesis

KESIMPULAN

Penelitian ini menjawab rumusan masalah mengenai hambatan komunikasi dalam implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) pilar lingkungan di PT Kalimantan Prima Persada serta upaya yang dilakukan perusahaan dalam mengatasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program CSR dipengaruhi oleh tiga jenis hambatan komunikasi, yaitu hambatan mekanik, semantik, dan manusiawi. Hambatan tersebut muncul baik dalam komunikasi internal maupun eksternal, sehingga memengaruhi koordinasi program, penyamaan persepsi mengenai tujuan CSR, serta hubungan perusahaan dengan masyarakat.

Hambatan komunikasi berdampak pada efektivitas implementasi program CSR, yang ditunjukkan melalui belum optimalnya pencapaian target program lingkungan, rendahnya partisipasi masyarakat, serta potensi munculnya ketegangan sosial akibat perbedaan pemahaman terhadap tujuan program. Untuk mengatasi kondisi tersebut, PT Kalimantan Prima Persada menerapkan berbagai respons komunikasi strategis, antara lain memperkuat koordinasi antara *head office* dan site, meningkatkan pelibatan stakeholder, menerapkan pendekatan komunikasi yang menyesuaikan karakteristik sosial dan budaya masyarakat, serta melaksanakan monitoring dan evaluasi program secara berkala.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan menunjukkan bahwa efektivitas implementasi CSR dipengaruhi oleh hubungan antara hambatan komunikasi dan respons komunikasi strategis organisasi. Temuan tersebut menghasilkan model konseptual yang menghubungkan hambatan komunikasi, respons komunikasi strategis, dan efektivitas implementasi CSR. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan, khususnya di sektor pertambangan, untuk memperkuat komunikasi strategis dalam pelaksanaan CSR melalui peningkatan koordinasi internal, penyamaan persepsi, pelibatan stakeholder, dan pendekatan komunikasi yang lebih partisipatif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada implementasi CSR pilar lingkungan di PT Kalimantan Prima Persada dan lebih banyak menggunakan perspektif internal perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan perspektif masyarakat penerima manfaat, pemerintah daerah, maupun mitra pelaksana program, serta mengembangkan studi pada pilar CSR lain atau perusahaan yang berbeda agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai komunikasi strategis dalam implementasi CSR.

REFERENCES

WEBSITE

KPP Mining. (2025). Profile vision mision. Diakses 23 Oktober 2025, dari https://www.kppmining.com/profile/vision-mission

Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. (2025, 22 September). Komoditas batubara pegang peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Diakses dari https://www.esdm.go.id/id/ media-center/arsip-berita/komoditas-batubara -pegang-peranan-penting-bagi-pertumbuhan-ekonomi-nasional

DOKUMEN RESMI

KPP Mining. (2025). Transformasi CSR di era digital: Membangun kepercayaan dan keberlanjutan [PowerPoint slides]. PT Kalimantan Prima Persada.

KPP Mining. (2024). Annual report CSR 2024. PT Kalimantan Prima Persada.

JURNAL

Prasetyo, M. H., Baderan, D. W. K., & Hamidu, M. S. (2025). Dampak Kerusakan Lingkungan Akibat Eksploitasi Sumber Daya Mineral dari Kegiatan Pertambangan. Hidroponik: Jurnal Ilmu Pertanian Dan Teknologi Dalam Ilmu Tanaman, 2(2), 01-11.

Hamad, I. (2024). Komunikasi Strategis. Bumi Aksara.

Maududi, M. M., & Asrunputri, A. P. (2022). FUNDAMENTAL OF STRATEGIC COMMUNICATION: MULTIDIMENSIONAL APPROACH IN REACHING ORGANIZATION-BASED COMMUNICATION. UIKA Press.

Weiss, J. W. (2021). Business ethics: A stakeholder and issues management approach. Berrett-Koehler Publishers.

Mustikasari, R., Zakiah, K., & Rantona, S. (2021). Strategi manajemen komunikasi media online Cerdik Indonesia dalam mengatasi persaingan antarmedia online. Common: Jurnal Komunikasi, 5(2), 182-195

Wirman, R., Santosa, H., & Lestari, N. D. (2017). Strategi komunikasi dalam pelaksanaan program corporate social responsibility (CSR). Jurnal Komunikasi, 12(2), 145-159.

Setyorini, I., Sarwo, Y. B., & Nugroho, A. W. (2022). Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (PERSERO) UIK Tanjung Jati B Terhadap Komunitas Nelayan Perairan Pulau Panjang. Jurnal Komunikasi Dan Media.

Herlina, S., Boer, R. F., Fasadena, N. S., Sos, M., Kede, A., Kahfi, M. A. M., ... & Deryansyah, A. D. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. Basya Media Utama.

Yudhistira, G. A., & Trihastuti, M. C. W. (2023). Hambatan komunikasi interpersonal selama proses pembelajaran jarak jauh. Psiko Edukasi, 21(1), 13-27.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.

BUKU

Rochmaniah, A., & Sinduwiatmo, K. (2020). Buku Ajar Corporate Sosial Responsibility Dan Community Development. Umsida Press, 1-144.

Hamzah, R., & Gozali, E. (2022). Kajian Implementasi Corporate Social Responsibility.

E BOOK

Adu-Gyamfi, M., He, Z., Nyame, G., Boahen, S., & Frempong, M. F. (2021). Effects of internal CSR activities on social performance: The employee perspective. Sustainability, 13(11), 6235.

Yassin, Y., & Beckmann, M. (2025). CSR and employee outcomes: A systematic literature review. Management Review Quarterly, 75(1), 595-641.

Santoso, D. (2024). Unboxing Social License To Operate. Klikplus Asia dan Rumah Bangga.

Masrul, M. Communications Interaction of Mining Company to Community in Corporate Social Responsibility Program Implementation. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences, 6(1), 42-54.

Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility konsep dan implementasi.

Santoso, D., Giwangkara, G., Kadir, I., Yeni, Y. S., & Eramuri, K. M. (22). Jurus Stakeholder Engagement. Depok: Klikplus Asia dan Majalah CSR. id.

Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.