

DIGITAL PR DAN KOMUNIKASI INKLUSIF PT INDONESIA POWER UBP KAMOJANG UNTUK KOMUNITAS RENTAN DI KAWASAN PLTP GUNUNG SALAK

Linda Lestari^{1*}, Mochammad Kresna Noer²

^{1,2}Universitas Bakrie

Corresponding email: 2241023030@student.bakrie.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indonesia Power UBP Kamojang dalam membangun kemitraan dengan komunitas rentan di daerah blank spot sinyal sekitar PLTP Gunung Salak. Metode kualitatif deskriptif diterapkan melalui wawancara mendalam, studi dokumen, dan observasi lapangan. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa perusahaan mengadopsi pendekatan hybrid digital-luring dan kolaborasi multistakeholder untuk mengatasi kesenjangan digital dan sosial. Strategi ini mencakup forum diskusi partisipatif, kemitraan dengan BUMDes sebagai perantara informasi, serta program pemberdayaan berbasis kebutuhan lokal. Implementasi prinsip ESG dan triple bottom line (3P) terbukti efektif dalam menciptakan shared value dan memperkuat social license to operate perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa model komunikasi inklusif berbasis hybrid dan kolaborasi menjadi kunci keberhasilan CSR di daerah terpencil. Rekomendasi mencakup penguatan kapasitas digital komunitas, institusionalisasi forum multistakeholder, serta pengembangan metrik pengukuran dampak yang terstandardisasi.

Kata Kunci: *CSR; komunikasi inklusi; blank spot; triple bottom line; ESG*

PENDAHULUAN

Perkembangan digitalisasi telah mengubah cara organisasi membangun komunikasi dengan publiknya. Perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek media yang digunakan, tetapi juga memengaruhi pola interaksi yang semakin terbuka dan partisipatif. Praktik *public relations* dituntut untuk mampu menghadirkan komunikasi yang inklusif agar mampu menjangkau beragam kelompok masyarakat secara efektif (Widaswara & Dasih, 2025). Organisasi tidak hanya dituntut untuk memberikan informasi, tetapi juga harus membangun komunikasi timbal balik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk kelompok masyarakat yang rentan. Hal ini sejalan dengan pandangan Freire (1970) dalam Teori Komunikasi Partisipatif yang menekankan pentingnya kesetaraan dalam proses komunikasi, serta konsep Digital PR yang dikemukakan Phillips & Young (2009), yaitu pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat keterlibatan dan partisipasi publik. Dengan demikian, PR berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang lebih inklusif, transparan, dan memberdayakan masyarakat.

Namun penerapan konsep PR partisipatif berbasis digital tidak selalu berjalan mulus. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan infrastruktur komunikasi di berbagai wilayah (Azizah, dkk., 2025). Akses internet yang terbatas, sinyal yang lemah, hingga rendahnya literasi digital

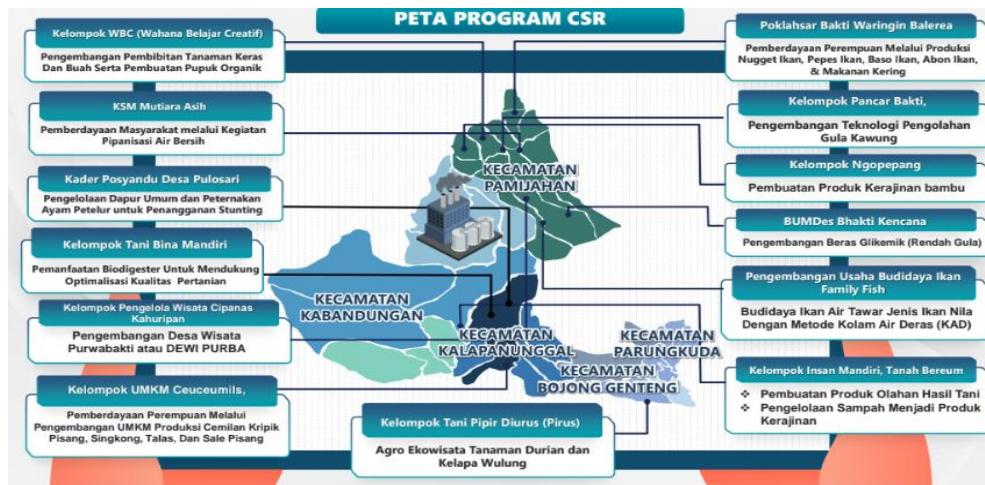
menyebabkan sebagian masyarakat kesulitan memperoleh informasi maupun berpartisipasi secara aktif dalam ruang digital. Kondisi tersebut berpotensi memicu terjadinya *digital divide* yang semakin memperlebar kesenjangan sosial. Kelompok masyarakat yang memiliki akses internet memadai akan lebih cepat memperoleh informasi dan peluang, sementara kelompok lain berisiko tertinggal serta tidak memperoleh manfaat yang sama dari perkembangan teknologi komunikasi. Situasi ini menjadi tantangan serius bagi praktik *public relations* karena tujuan utama membangun dialog yang inklusif dan partisipatif dapat tereduksi oleh keterbatasan akses. Ketimpangan tersebut berpotensi menghambat proses komunikasi dua arah dan melemahkan upaya pelibatan publik secara merata, terutama bagi kelompok rentan yang justru membutuhkan ruang partisipasi lebih besar.

Oleh karena itu, praktisi PR perlu mengembangkan strategi *hybrid* yang menggabungkan media digital dengan pendekatan tatap muka (*offline*) (Zein & Septiani, 2024). Strategi ini memungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih merata, karena pihak yang sulit mengakses ruang digital tetap dapat terlibat melalui forum luring seperti musyawarah desa, penyuluhan, atau dialog komunitas. Sementara itu pihak yang memiliki akses internet dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas partisipasi dan mempercepat aliran informasi (Mannayong & Faisal, 2024). Pola komunikasi semacam ini menempatkan PR tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi sebagai penghubung antar kelompok masyarakat dengan tingkat akses yang berbeda, sehingga partisipasi publik dapat terjaga secara inklusif tanpa mengesampingkan kelompok rentan.

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor energi, PT Indonesia Power memegang peran krusial dalam mendorong pembangunan berkelanjutan melalui pengelolaan Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Gunung Salak. Perusahaan ini tidak hanya berfokus pada aspek bisnis semata, tetapi juga berkomitmen kuat untuk menerapkan prinsip-prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam setiap operasionalnya. Komitmen ini tercermin dari upaya perusahaan untuk selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama dalam penyediaan energi bersih (SDG 7), pengurangan ketimpangan (SDG 10), dan pembangunan kemitraan (SDG 17).

Perusahaan Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Gunung Salak (GSL) merupakan salah satu pelaku usaha yang tidak hanya berfokus pada operasional bisnis tetapi juga memiliki komitmen kuat dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengembangan masyarakat (*Community Development/ComDev*). Sebagaimana tercatat dalam profil perusahaannya, PLTP GSL telah mendapatkan berbagai penghargaan bergengsi, seperti TJSPKBL Award Kabupaten Sukabumi 2024, *Gold* dan *Platinum* kategori Inovasi Sosial pada ajang BNSIA (2023 & 2024), serta PROPER EMAS dan HIJAU dari Kementerian Lingkungan Hidup dan

Kehutanan. Program-program pemberdayaan yang dijalankan tersebar di wilayah operasionalnya, mencakup Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor serta Kecamatan Kalapanunggal, Kabandungan, dan Parungkuda Kabupaten Sukabumi.



Gambar 1. Peta Program CSR PT Indonesia Power UBP Kamojang

Sumber: *Overview Comdev Salak (2024)*

PT Indonesia Power UBP Kamojang telah menjalankan program CSR berbasis pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan agrobisnis di Saguling bekerja sama dengan PT Mesa Inti Kebun, pengelolaan peternakan sapi di Mrica, serta pemanfaatan aset perusahaan seperti penyewaan wisma dan tanah untuk kegiatan produktif masyarakat sekitar.

Cakupan program CSR-nya sangat luas dan beragam, memberdayakan berbagai Kelompok Usaha Masyarakat (KSM) dan UMKM, mulai dari Pengembangan Pembibitan Tanaman dan Pupuk Organik (Kelompok WBC), Pipanisasi Air Bersih (KSM Mutara Asih), Pengelolaan Dapur Umum dan Peternakan Ayam untuk Penanganan *Stunting* (Kader Posyandu Desa Pulosari), hingga pengembangan produk unggulan seperti Bioslurry dan Gula Aren Sari Kawung (Kelompok Tani Bina Mandiri), Kerajinan Bambu (Kelompok Ngopepang), *Nugget* Ikan (Poklahsar Bakti Waringin Balerea), dan Agro-Ekowisata Durian (Kelompok Tani Pipir Diurus).

PT Indonesia Power menghadapi tantangan nyata dalam membangun kemitraan dengan komunitas di sekitar PLTP Gunung Salak. Wilayah operasional yang masih termasuk dalam kategori *blank spot* sinyal menyebabkan keterbatasan akses terhadap media digital, sehingga proses komunikasi tidak dapat berjalan optimal. Kondisi tersebut diperkuat oleh rendahnya tingkat literasi digital masyarakat setempat, yang berdampak pada terbatasnya pemahaman terhadap

informasi serta rendahnya partisipasi dalam program perusahaan. Situasi ini menjadi hambatan tersendiri bagi upaya membangun komunikasi yang inklusif dan partisipatif karena tidak semua kelompok masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat secara aktif.

Kesenjangan digital dan sosial yang terjadi berpotensi menciptakan jarak komunikasi antara perusahaan dan masyarakat di sekitar wilayah PLTP. Kondisi ini menjadi krusial mengingat keberhasilan operasional pembangkit sangat dipengaruhi oleh hubungan yang harmonis dengan komunitas lokal. Ketiadaan strategi komunikasi yang tepat dapat memicu resistensi sosial yang berdampak pada keberlanjutan operasional serta citra perusahaan. Situasi tersebut menegaskan pentingnya penerapan komunikasi yang inklusif agar kesenjangan dapat dijembatani sekaligus mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

Wilayah sekitar PLTP Gunung Salak didominasi oleh komunitas rentan termasuk masyarakat adat dan petani tradisional yang hidup dalam kondisi *blank spot* sinyal dan minim akses informasi. Berdasarkan pra-wawancara dengan Bapak Cece selaku Asisten Manager PR PT Indonesia Power terungkap bahwa keterbatasan infrastruktur telekomunikasi menghambat penyampaian program CSR dan dialog dengan masyarakat. Akibatnya muncul kesenjangan pemahaman, resistensi terhadap proyek PLTP dan kurangnya partisipasi aktif masyarakat dalam program pemberdayaan. Kondisi ini berpotensi memicu konflik sosial dan mengurangi efektivitas operasional perusahaan.

Studi terdahulu oleh Rahman (2021) tentang komunikasi korporat di daerah terpencil menunjukkan bahwa pendekatan PR konvensional tidak lagi cukup untuk menjangkau komunitas dengan keterbatasan digital. Sementara itu, penelitian Sari & Putra (2022) mengusulkan integrasi metode *hybrid* (digital dan luring) untuk meningkatkan inklusivitas komunikasi. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik membahas strategi Digital PR inklusif dalam konteks PLTP dan komunitas *blank spot* sinyal sehingga studi ini hadir untuk mengisi celah akademis tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis strategi digital PR dan komunikasi inklusif yang diterapkan PT Indonesia Power dalam menjalin kemitraan dengan komunitas rentan di daerah *blank spot* sinyal, (2) mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi strategi tersebut, serta (3) memberikan rekomendasi pengembangan model PR inklusif berbasis *hybrid* (digital dan luring) untuk daerah terpencil, sehingga dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi korporat sekaligus memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar PLTP Gunung Salak dalam kerangka pembangunan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

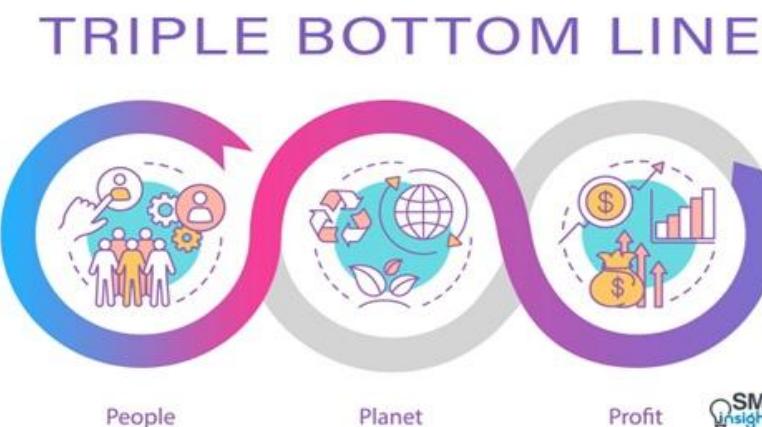
Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam mendukung pembangunan berkelanjutan melalui pelaksanaan program yang memperhatikan keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagaimana dikemukakan oleh Carroll (1991). Pelaksanaan CSR memiliki landasan hukum yang jelas melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bagian dari kewajiban korporasi terhadap masyarakat dan pembangunan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamann (2003) menunjukkan bahwa efektivitas CSR di daerah terpencil memerlukan pendekatan berbasis kebutuhan lokal serta penyesuaian terhadap keterbatasan infrastruktur. Temuan tersebut diperkuat oleh Idemudia (2008) yang menekankan pentingnya kolaborasi dengan masyarakat dan pemerintah daerah dalam merancang program yang berkelanjutan. Kedua temuan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan CSR sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan membangun sinergi lokal dan menyesuaikan strategi dengan kondisi sosial setempat.

Triple bottom line atau 3P Corporate social responsibility (CSR)

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), prinsip *triple bottom line* atau 3P (People, Planet, Profit) menjadi landasan penting bagi keberlanjutan perusahaan. Konsep *Corporate social responsibility* (CSR) telah berevolusi dengan prinsip *Triple bottom line* (3P) sebagai pilar utamanya (Schönherr, dkk., 2023).



Gambar 2. *Triple bottom line* atau 3P *Corporate social responsibility* (CSR)

Sumber: perkim.id (2024)

Penerapannya dirinci sebagai berikut:

1. *People* (Masyarakat): Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat (*stakeholders*) seperti karyawan dan komunitas lokal kini diakui sebagai faktor kritis untuk memperoleh izin sosial (*social license*) untuk beroperasi dan membangun ketahanan usaha (Bhattacharya, 2019). Membina hubungan yang positif dengan komunitas tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga merupakan strategi manajemen risiko yang essential (Torres, dkk., 2022).
2. *Planet* (Lingkungan): Untuk menanggapi tekanan regulasi dan konsumen perusahaan semakin mengintegrasikan kinerja lingkungan ke dalam strategi intinya (Eccles, dkk., 2020). Upaya ini melampaui kepatuhan dasar dan mencakup transisi ke energi terbarukan, ekonomi sirkular dalam pengelolaan limbah, serta adopsi teknologi hijau untuk secara proaktif memitigasi jejak karbon dan dampak lingkungannya (Abhayawansa, dkk., 2021).
3. *Profit* (Keuntungan): Orientasi profit modern memahami bahwa keberlanjutan finansial jangka panjang sangat terikat dengan praktik lingkungan dan sosial yang baik. Perusahaan yang memadukan 3P menunjukkan kinerja keuangan yang lebih unggul dan menciptakan nilai bersama (*shared value*) bagi pemegang saham dan masyarakat luas (Huang & Watson, 2022).

CSR telah berkembang menjadi pendekatan strategis yang menempatkan perusahaan tidak hanya sebagai entitas pencari keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai aktor sosial yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Penerapan prinsip *Profit*, *People*, dan *Planet* menjadi fondasi utama dalam membangun keberlanjutan usaha karena ketiganya saling berkaitan dan saling memperkuat. Perusahaan yang mampu menyeimbangkan ketiga aspek tersebut cenderung memiliki legitimasi sosial yang lebih kuat, hubungan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan, serta daya tahan bisnis yang lebih tinggi. Penerapan konsep ini juga mendorong terciptanya nilai bersama antara perusahaan dan masyarakat sehingga berkontribusi pada peningkatan kinerja jangka panjang secara berkelanjutan.

Teori Komunikasi Partisipatif

Teori komunikasi partisipatif (Freire, 1970) menjadi landasan dalam membangun dialog dengan komunitas rentan. Penelitian Sari & Putra (2022) mengungkapkan bahwa pendekatan *hybrid* (digital dan luring) efektif untuk menjangkau masyarakat di daerah *blank spot sinyal*. Rahman (2021) menganalisis program CSR PT PLN dalam pemberdayaan masyarakat terpencil, menyimpulkan bahwa keberhasilan program bergantung pada keselarasan dengan potensi lokal

dan pendampingan berkelanjutan. Konsep pemberdayaan oleh Ife (2016) menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap program, mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Hadiyanto (dalam Joharsoyo, 2023) menyatakan pendekatan komunikasi partisipatif akan mengalami kegagalan jika tidak memenuhi prasyarat sebagai berikut :Perlunya ditumbuhkan keyakinan bahwa setiap individu atau kelompok memiliki hak untuk berpartisipasi secara penuh dalam membuat keputusan. Masyarakat bukan sebagai obyek pembangunan tetapi sebagai subyek yang aktif dalam seluruh proses pembangunan. Selain itu, diperlukan kerelaan dari pihak pemerintah, lembaga masyarakat, dan pihak lain yang berkepentingan dalam kegiatan pembangunan untuk berbagi kekuasaan, mendekonstruksi dan menolak paradigma komunikasi pembangunan yang bersifat vertikal, *top-down*, linier, dan searah (Huesca, dalam Sari, dkk., 2025). Freire sendiri antara lain menegaskan bahwa secara individual ataupun bersama-sama menyuarakan kata-katanya adalah hak semua orang, bukan hanya untuk beberapa orang saja (Freire, dalam Sari, dkk., 2025). Masyarakat marginal dan masyarakat desa selama beberapa dekade tidak mampu menyuarakan aspirasi, kehendak dan permasalahannya sendiri karena mereka termasuk kelompok “*voiceless people*.” Pendekatan ini secara tegas meyakini bahwa partisipasi masyarakat dalam komunikasi sangat vital demi keberhasilan setiap proyek yang ada.

METODOLOGI

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan *key stakeholders* yaitu manajemen PT Indonesia Power UBP Kamojang (Asisten Manajer Komunikasi dan CSR: Bapak Cece). Selain itu, dilakukan studi dokumen terhadap laporan tahunan perusahaan, dokumen internal terkait CSR, serta observasi lapangan di wilayah sekitar PLTP Gunung Salak untuk melihat implementasi program secara langsung. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola dan tantangan dalam pelaksanaan CSR di daerah *blank spot* sinyal.

TEMUAN DAN DISKUSI

Kolaborasi Multistakeholder PT Indonesia Power

Sebagai bagian dari komitmennya terhadap prinsip *Triple bottom line* (3P), PT Indonesia Power (IP) secara aktif menjalin kolaborasi *multi-stakeholder* yang strategis. Kemitraan dengan pemerintah, komunitas lokal, LSM, akademisi, dan pelaku industri ini merupakan bentuk dari tata kelola kolaboratif (*collaborative governance*) yang dianggap krusial untuk mengatasi tantangan *sustainability* yang kompleks (Ansell & Gash, 2018). Kolaborasi ini dirancang untuk menciptakan

sinergi dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang berkelanjutan dan berdampak luas.

Pada aspek *People*, IP menjalin kemitraan dengan pemerintah daerah dan organisasi komunitas melalui program pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dirancang berbasis kebutuhan lokal. Pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas terbukti lebih efektif dan berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan karena mendorong partisipasi aktif serta kemandirian masyarakat (Munsyi, 2021). Pelaksanaan program seperti pelatihan keterampilan dan pengembangan kewirausahaan di sekitar wilayah operasional tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat *social license to operate* perusahaan melalui terbentuknya hubungan saling percaya antara perusahaan dan komunitas lokal (Bhattacharya, 2019).

Untuk aspek Planet, perusahaan berkolaborasi dengan lembaga penelitian, perguruan tinggi, dan penyedia teknologi dalam mengimplementasikan proyek-proyek ramah lingkungan. Kolaborasi dengan aktor-aktor multidisiplin ini esensial untuk mendorong inovasi dalam praktik ekonomi sirkular dan transisi energi (Abhayawansa et al., 2021). Inisiatif seperti rehabilitasi hutan mangrove, pengembangan energi terbarukan skala kecil, dan pengelolaan limbah merupakan wujud dari upaya kolektif untuk menciptakan nilai lingkungan yang positif.

“Kita sudah memiliki semacam social mapping sebagai landasan untuk pelaksanaan kehumasan yang akan menjadi pedoman kinerja kami”.

Social mapping yang telah dimiliki oleh tim humas Indonesia Power Gunung Salak menjadi landasan strategis dalam menjalankan fungsi kehumasan, baik dalam membangun relasi dengan *stakeholder*, merancang program komunikasi yang tepat sasaran, maupun mengantisipasi potensi isu sosial di sekitar operasional perusahaan. Dengan pedoman ini, kinerja humas dapat lebih terarah, efisien, dan responsif terhadap dinamika masyarakat, sehingga mendukung keberlanjutan operasional dan reputasi perusahaan di wilayah Gunung Salak.

“Saat akan menjalankan program kami mengadakan forum diskusi yang bermaksud untuk menyelaraskan persepsi dan kebutuhan masyarakat baik dari desa serta lokasi yang akan kita jadikan mitra. setelah itu kita juga sampaikan apa yang menjadi tujuan serta dan lainnya”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tim humas Indonesia Power Gunung Salak mengedepankan pendekatan partisipatif dan transparan dalam pelaksanaan program. Forum diskusi yang dilakukan sebelum kegiatan berjalan berfungsi untuk memastikan keselarasan antara tujuan perusahaan dan kebutuhan masyarakat setempat. Proses ini tidak hanya menjadi sarana

sosialisasi, tetapi juga ruang dialog untuk menyerap aspirasi, menyamakan persepsi, serta membangun komitmen bersama sebelum program dijalankan. Penyampaian tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan secara terbuka kepada masyarakat khususnya desa mitra memperkuat prinsip kolaborasi serta meminimalkan potensi *misscommunication*. Pendekatan tersebut menunjukkan peran humas tidak sebatas penyampai informasi, melainkan sebagai fasilitator hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Keterlibatan masyarakat sejak tahap perencanaan mendorong rasa memiliki terhadap program sehingga pelaksanaan berjalan lebih efektif dan berkelanjutan. Pola komunikasi ini memperkuat kepercayaan publik serta memperkokoh legitimasi sosial atau *social license to operate* Indonesia Power di kawasan Gunung Salak.



Gambar 3. Produk Mitra Binaan PT Indonesia Power UBP Kamojang

Sumber: *Overview Comdev Salak* (2024)

Berdasarkan hasil observasi terhadap pelaksanaan program CSR PT Indonesia Power, khususnya pada pemberdayaan mitra binaan seperti Kelompok Tani Bina Mandiri dan UMKM Balarea, terlihat bahwa kolaborasi *multi-stakeholder* menjadi faktor kunci keberhasilan program. Perusahaan tidak hanya berperan sebagai inisiator, tetapi juga melibatkan berbagai pihak secara aktif, seperti BUMDes sebagai pendamping lapangan, institusi pendidikan melalui keterlibatan Institut Pertanian Bogor dalam program Kuliah Kerja Nyata, serta pemerintah daerah yang berperan dalam penyediaan infrastruktur dan dukungan regulasi. Pola kerja sama ini memungkinkan terbentuknya pendekatan yang komprehensif mulai dari peningkatan kapasitas produksi, pengolahan hasil, hingga penguatan akses pasar bagi produk unggulan seperti Bioslurry, Gula Aren Sari Kawung, dan Nugget Ikan Homemade. Sinergi lintas pihak tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR tidak berhenti pada kegiatan sosial semata, tetapi berkembang menjadi upaya membangun ekosistem ekonomi berkelanjutan yang mampu memberdayakan masyarakat lokal secara inklusif dan berorientasi jangka panjang.

COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer, Vol. 2 (2), 1 - 22
Digital PR Dan Komunikasi Inklusif PT Indonesia Power UBP Kamojang Untuk Komunitas Rentan Di Kawasan PLTP Gunung Salak
Linda Lestari, Mochammad Kresna Noer



Gambar 4. Produk Mitra Binaan PT Indonesia Power UBP Kamojang

Sumber: *Overview Comdev Salak (2024)*

Berdasarkan observasi terhadap dua mitra binaan, Kelompok Ngopepang (Pengrajin Bambu) dan Kelompok Family (*Fish*), program pemberdayaan masyarakat PT Indonesia Power berhasil mendorong terciptanya nilai ekonomi berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya lokal. Kelompok Ngopepang tidak hanya memproduksi kerajinan bambu yang beragam, seperti dompet dan karya seni, tetapi juga telah mengembangkan galeri sebagai sarana pemasaran yang memperkuat identitas budaya sekaligus daya jual. Sementara itu, Kelompok Family (*Fish*) menunjukkan integrasi vertikal yang matang mulai dari pembibitan, pembesaran, perawatan, hingga distribusi ikan air tawar yang mencerminkan kemandirian dan keberlanjutan usaha. Kedua program ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga melestarikan potensi lokal melalui pendekatan yang inovatif dan terstruktur.



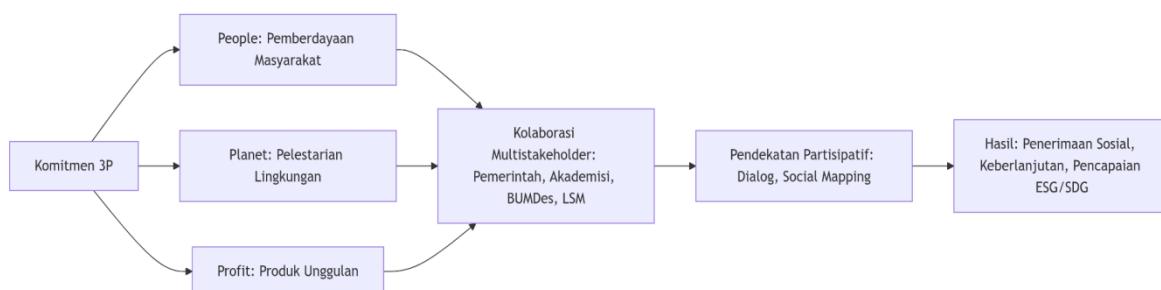
Gambar 5. Produk Mitra Binaan PT Indonesia Power UBP Kamojang

Sumber: *Overview Comdev Salak (2024)*

Berdasarkan observasi terhadap UMKM Ceuceumils dan Desa Wisata Purwabakti (Dewi Purba), program pemberdayaan PT Indonesia Power berhasil menciptakan dua pilar keberlanjutan yang saling melengkapi: ekonomi kreatif berbasis produk lokal dan pengembangan wisata alam terintegrasi. UMKM Ceuceumils menunjukkan kemajuan signifikan dengan diversifikasi produk olahan pangan (seperti kripik pisang asin, sale pisang, dan kembang goyang) yang telah memiliki legitimasi melalui sertifikasi IZIN PIRT dan HALAL, didukung oleh kolaborasi dengan akademisi (Universitas Dian Nuswantara). Sementara itu, Desa Wisata Dewi Purba fokus pada pengelolaan sumber daya alam (sumber mata air panas) melalui peningkatan kapasitas pengelola, pembuatan peta lokasi wisata, dan dukungan infrastruktur (bantuan tenda), yang mencerminkan pendekatan pariwisata berkelanjutan berbasis komunitas. Kedua program ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas lokal melalui inovasi produk dan jasa wisata yang terstandarisasi dan berorientasi pada pasar.

"Kita juga menjalin kemitraan dengan desa, dinas kesehatan serta stakeholder lainnya".

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa PT Indonesia Power telah mengadopsi pendekatan kolaboratif yang inklusif dan strategis. Kemitraan dengan desa menunjukkan komitmen pada pemberdayaan komunitas lokal secara langsung (*grassroot*), sementara kerja sama dengan dinas kesehatan mencerminkan upaya serius untuk menyelaraskan program perusahaan dengan tujuan pembangunan kesehatan publik dan kebijakan pemerintah. Frase "*stakeholder lainnya*" mengindikasikan bahwa pendekatan kemitraan ini bersifat holistik, melibatkan jejaring multi-pihak yang luas untuk menciptakan sinergi, memastikan keberlanjutan program, dan memaksimalkan dampak positif yang selaras dengan prinsip ESG (*Environmental, Social, and Governance*) serta tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs).



Gambar 6. *Flowchart Respon dan Analisis Kolaborasi Multi-Stakeholder PT Indonesia Power*

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari dokumen pelaksanaan TJSN keberlanjutan komitmen PT Indonesia Power dapat dilihat secara jelas melalui konsistensi program pemberdayaan ekonomi yang dijalankan lintas wilayah dan kelompok masyarakat. Pada aspek *People* dan *Profit*, perusahaan tidak hanya memberikan bantuan sesaat, tetapi membangun unit usaha produktif yang berkelanjutan, seperti pengembangan UMKM pangan, budidaya ikan air tawar, pengolahan hasil pertanian, serta penguatan BUMDes di wilayah Pamijahan, Kalapanunggal, Parungkuda, dan sekitarnya. Program tersebut mencakup pendampingan produksi, peningkatan kapasitas, hingga fasilitasi legalitas usaha, seperti PIRT dan sertifikasi halal, yang memungkinkan produk masyarakat masuk ke pasar yang lebih luas. Keberlanjutan ekonomi ini terlihat dari keberadaan berbagai produk binaan yang telah diproduksi secara rutin, seperti gula aren, olahan ikan, kerajinan bambu, dan produk pangan lokal yang dipasarkan secara mandiri oleh kelompok mitra binaan.



Gambar 6. Pengakuan Keberlanjutan Program PT Indonesia Power UBP Kamojang

Sumber: *Overview Comdev Salak (2024)*

Keberlanjutan program juga diperkuat melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan pemerintah daerah, BUMDes, akademisi, serta komunitas lokal. Hal ini tercermin dari pelaksanaan *social mapping*, forum dialog, serta pendampingan berkelanjutan dalam pengelolaan usaha dan sumber daya lokal. Di sisi lingkungan, perusahaan secara konsisten menjalankan program rehabilitasi ekosistem, pemanfaatan energi bersih, pengelolaan limbah, serta pengembangan desa wisata berbasis konservasi yang terintegrasi dengan peningkatan ekonomi masyarakat. Konsistensi tersebut dibuktikan dengan raihan penghargaan PROPER EMAS serta berbagai

penghargaan CSR tingkat nasional yang diperoleh secara berulang, yang menunjukkan bahwa program tidak bersifat insidental, melainkan menjadi bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam menjalankan prinsip ESG dan pembangunan berkelanjutan.

Strategi Hybrid Digital-Luring PT Indonesia Power

PT Indonesia Power UBP Kamojang merupakan salah satu unit bisnis PT Indonesia Power yang berfokus pada pembangkitan listrik tenaga panas bumi, dengan kapasitas total 375 MW dari PLTP Kamojang, Darajat, dan Gunung Salak. Perusahaan ini memiliki visi menjadi perusahaan berkelas dunia yang ramah lingkungan, didukung oleh sumber daya manusia, teknologi, dan keuangan yang kuat untuk menghadapi tantangan persaingan di sektor ketenagalistrikan.

Di bidang CSR, PT Indonesia Power UBP Kamojang secara konsisten melaksanakan program pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan UMKM, produksi pupuk organik, penyediaan sarana air bersih melalui pipanisasi, serta pengolahan sampah menjadi produk bernilai ekonomi. Program-program tersebut dirancang untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat sekaligus mendukung pelestarian lingkungan di sekitar wilayah operasional. Komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan juga tercermin dari berbagai penghargaan yang diraih, seperti PROPER Emas, PROPER Hijau, serta TJSPKBL Award 2024. Pencapaian tersebut menunjukkan keseriusan perusahaan dalam mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnis secara berkelanjutan.

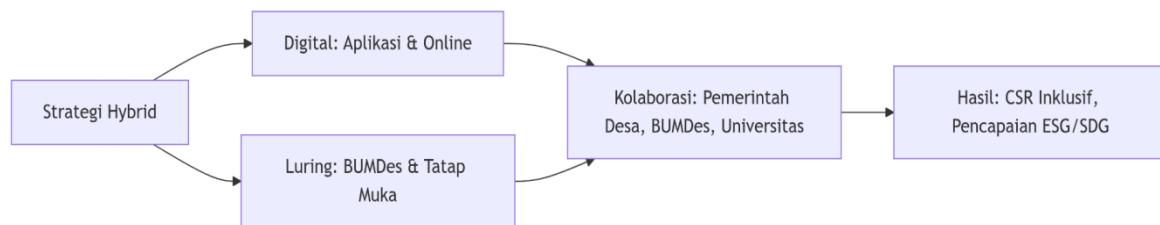
“Sampai saat ini kami belum mengadakan masalah sinyal, kita kolaborasi dulu dengan desa agar bisa memfasilitasi adanya jaringan”.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pihak yang diwawancara mengaku belum menangani masalah sinyal secara mandiri, melainkan berencana untuk berkolaborasi dengan pemerintah desa guna memfasilitasi penyediaan jaringan. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa masalah sinyal memang ada, tetapi solusinya memerlukan kerja sama dengan pihak desa, baik dalam hal koordinasi, dukungan, atau sumber daya. Hal ini juga menegaskan bahwa penyediaan jaringan tidak sepenuhnya menjadi tanggung jawab pihak tersebut, melainkan membutuhkan sinergi dengan pemangku kepentingan lokal untuk mencapai solusi yang berkelanjutan.

“Tantangan terbesar adalah disparitas infrastruktur digital. Di kota, aplikasi kami bisa andal, tapi di pedalaman, kami harus bergantung pada laporan luring. Solusinya, kami kolaborasi dengan BUMDes untuk jadi perantara informasi”.

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwa tantangan utama PT Indonesia Power dalam menerapkan strategi *hybrid digital-luring* adalah kesenjangan infrastruktur digital antara wilayah perkotaan dan pedalaman. Di kota, layanan digital seperti aplikasi dapat berfungsi optimal, sementara di daerah terpencil dengan keterbatasan jaringan, perusahaan masih mengandalkan sistem luring (*offline*). Untuk mengatasi hal ini, PT Indonesia Power melakukan kolaborasi dengan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) sebagai perantara informasi, menunjukkan adaptasi berbasis komunitas untuk memastikan layanan tetap terjangkau meski dengan kendala teknis. Pendekatan ini mencerminkan prinsip inklusivitas dan fleksibilitas dalam menghadapi disparitas teknologi di Indonesia.

Dari hasil wawancara dan profil PT Indonesia Power UBP Kamojang, terlihat bahwa perusahaan menghadapi tantangan disparitas infrastruktur digital, terutama dalam menjalankan strategi *hybrid digital-luring* di wilayah pedalaman. Meski telah memiliki capaian signifikan di bidang pembangkit listrik panas bumi dan CSR berbasis lingkungan, kendala seperti keterbatasan sinyal dan akses teknologi di daerah terpencil mengharuskan perusahaan mengadopsi pendekatan kolaboratif dengan pemangku kepentingan lokal, seperti pemerintah desa dan BUMDes. Pernyataan "kami belum mengadakan masalah sinyal" menunjukkan bahwa isu ini belum sepenuhnya menjadi prioritas solusi internal, melainkan diserahkan kepada mekanisme kemitraan dengan desa. Sementara itu, kolaborasi dengan BUMDes sebagai perantara informasi mencerminkan strategi adaptif untuk memastikan layanan tetap berjalan meski dengan keterbatasan infrastruktur.



Gambar 7. *Flowchart* Respon dan Analisis Strategi *Hybrid digital-Luring* PT Indonesia Power

Sumber: olahan data peneliti (2025)

PT Indonesia Power UBP Kamojang, sebagai unit bisnis yang berfokus pada energi terbarukan dan pembangunan berkelanjutan, menghadapi tantangan kompleks dalam menerapkan transformasi digital di daerah pedalaman. Kesenjangan infrastruktur digital antara wilayah perkotaan dan terpencil memaksa perusahaan untuk menggabungkan pendekatan digital dengan sistem luring, sekaligus melibatkan BUMDes sebagai mitra strategis. Hal ini tidak hanya menunjukkan komitmen perusahaan terhadap prinsip inklusivitas dan keberlanjutan, tetapi juga

menggarisbawahi pentingnya sinergi dengan komunitas lokal dalam mengatasi keterbatasan teknologi. Ke depan, upaya ini perlu diperkuat dengan program peningkatan kapasitas desa dan advokasi kebijakan untuk pemerataan infrastruktur digital, agar visi perusahaan sebagai pemain kelas dunia yang ramah lingkungan dapat tercapai secara merata di seluruh wilayah operasionalnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi *hybrid digital-luring* yang diterapkan PT Indonesia Power UBP Kamojang merupakan bentuk adaptasi terhadap realitas kesenjangan infrastruktur digital di wilayah operasionalnya. Keterbatasan akses jaringan di daerah pedalaman mendorong perusahaan untuk tidak sepenuhnya bergantung pada sistem digital, melainkan mengombinasikannya dengan pendekatan luring melalui kolaborasi dengan pemerintah desa dan BUMDes sebagai perantara informasi. Pendekatan ini memungkinkan program CSR dan komunikasi perusahaan tetap berjalan efektif meskipun menghadapi keterbatasan teknologi. Strategi tersebut mencerminkan komitmen perusahaan terhadap prinsip inklusivitas, keberlanjutan, dan partisipasi masyarakat, sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital di sektor energi tidak hanya ditentukan oleh kesiapan teknologi tetapi juga oleh kekuatan kolaborasi sosial dan kemampuan beradaptasi dengan kondisi lokal.

Model Kemitraan dengan Komunitas

Model kemitraan yang dibangun oleh Indonesia Power Gunung Salak dengan komunitas lokal menunjukkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan. Dengan mengedepankan forum diskusi partisipatif, perusahaan tidak hanya sekadar menyampaikan program, tetapi juga aktif mendengarkan aspirasi masyarakat. Hal ini menciptakan ruang bagi terciptanya *co-creation*, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Kolaborasi semacam ini memastikan bahwa setiap inisiatif yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan konteks sosial budaya setempat.

Kemitraan ini dibangun atas prinsip *shared value creation*, yang menekankan pada penciptaan nilai bersama bagi perusahaan dan masyarakat. Misalnya, dalam penyediaan infrastruktur jaringan sinyal, perusahaan tidak bekerja sendiri, tetapi melibatkan desa sebagai mitra aktif. Pendekatan ini tidak hanya menyelesaikan masalah teknis, tetapi juga memberdayakan masyarakat dengan memberikan mereka peran dalam pengelolaan infrastruktur. Dengan demikian, manfaat yang dirasakan bersifat jangka panjang dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat rasa kepemilikan (*ownership*) masyarakat terhadap program tersebut. Model ini juga berfungsi sebagai mekanisme pencegahan konflik dan penguatan hubungan dengan pemangku kepentingan lokal. Dengan menjadikan dialog sebagai fondasi kemitraan, perusahaan dapat

mengidentifikasi potensi isu sejak dulu dan meresponsnya secara proaktif. Forum diskusi rutin tidak hanya menjadi sarana koordinasi, tetapi juga *early warning system* yang memungkinkan adaptasi cepat terhadap dinamika sosial. Hal ini mengurangi risiko ketidakselarasan antara operasional perusahaan dan kepentingan masyarakat, sehingga menciptakan lingkungan yang harmonis bagi kedua belah pihak.

Transformasi dari model filantropi konvensional menuju kemitraan strategis ini mencerminkan evolusi dalam praktik CSR perusahaan. Indonesia Power Gunung Salak tidak lagi melihat masyarakat sebagai penerima bantuan, tetapi sebagai mitra setara dalam pembangunan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas program, tetapi juga membangun *social capital* berupa kepercayaan, jaringan, dan kolaborasi yang kuat. Dengan demikian, kemitraan yang dibangun tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial-ekonomi masyarakat di sekitar Gunung Salak secara berkelanjutan.

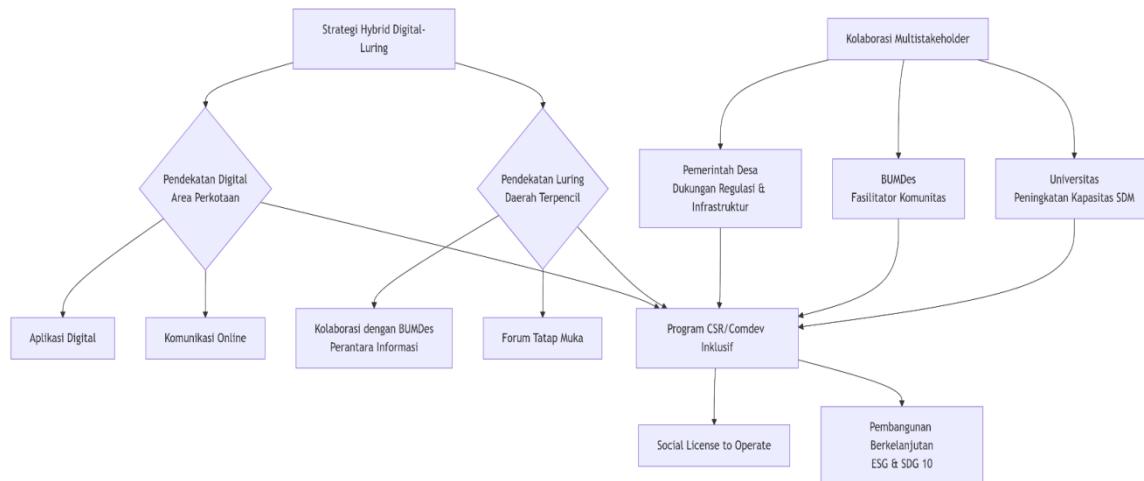
"Selain hal tersebut masalah kualitas sumber daya kami masih juga belum maksimal. kadang kami masih split posisi yang sebenarnya bukan kompetensinya kami masukkan ke struktur tim Comdev. itu jadi kendala juga."

Pernyataan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam tim *Community Development* (Comdev) yang belum optimal. Masih terjadi penempatan personel yang tidak sesuai dengan kompetensi atau keahlian yang dimiliki (*mismatch*), sehingga beberapa posisi diisi oleh orang yang kurang tepat. Akibatnya, efektivitas kinerja tim menjadi terhambat karena fungsi yang seharusnya dijalankan oleh tenaga ahli justru dikerjakan oleh anggota dengan keterampilan yang berbeda. Hal ini menegaskan perlunya peningkatan kapasitas SDM dan penyelarasan kompetensi dengan tanggung jawab jabatan agar program *Comdev* dapat berjalan lebih efektif dan berdaya guna.

"Sebagai langkah strategis kami, kami melakukan kolaborasi dengan universitas-universitas yang sudah terbiasa menangani comdev. Jadi kami tidak asal-asalan menjalankan program tersebut dan terlaksana dengan baik".

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kolaborasi strategis dengan universitas menjadi fondasi krusial bagi kesuksesan pelaksanaan program *Community Development* (*Comdev*) PT Indonesia Power. Kemitraan ini memastikan bahwa program yang dijalankan tidak bersifat *trial-and-error*, namun didukung oleh keahlian akademik, metodologi yang teruji, dan pendekatan berbasis *evidence* dari pihak universitas yang telah berpengalaman dalam menangani *Comdev*. Implikasinya, program menjadi lebih terstruktur, terukur, berkelanjutan, dan sesuai

dengan kebutuhan riil masyarakat, sekaligus memperkuat legitimasi sosial perusahaan serta meminimalkan risiko kegagalan. Sinergi antara praktik korporat dan ilmu pengetahuan ini mencerminkan komitmen PT Indonesia Power untuk menerapkan prinsip *good governance* dalam setiap inisiatif pemberdayaan masyarakatnya.



Gambar 8. *Flowchart* Respon dan Analisis Model Kemitraan dengan Komunitas

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Berdasarkan seluruh data dan analisis, dapat disimpulkan bahwa PT Indonesia Power UBP Kamojang mengadopsi strategi *hybrid digital-luring* yang inovatif dan adaptif untuk mengatasi tantangan disparitas infrastruktur digital di wilayah pedalaman. Strategi ini menggabungkan pemanfaatan teknologi digital di area perkotaan dengan pendekatan luring berbasis komunitas di daerah terpencil, didukung oleh kolaborasi *multi-stakeholder* dengan BUMDes, pemerintah desa, dan universitas. Kolaborasi dengan BUMDes berperan sebagai perantara informasi yang menjembatani kesenjangan komunikasi, sementara kemitraan dengan universitas memastikan program *Community Development (Comdev)* didukung oleh metodologi yang teruji dan berkelanjutan. Meskipun menghadapi kendala seperti kualitas SDM yang belum optimal dan ketidaksesuaian penempatan posisi dalam tim *Comdev*, perusahaan berkomitmen untuk memperkuat kapasitas internal dan eksternal melalui pendekatan partisipatif. Melalui strategi ini, PT Indonesia Power tidak hanya memastikan program CSR dan *Comdev* tetap terjangkau dan inklusif, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial (*social license to operate*), mendukung pembangunan berkelanjutan, dan sejalan dengan prinsip ESG serta visinya sebagai perusahaan energi terbarukan berkelas dunia.

Analisis Peran PT Indonesia Power dalam Pembangunan Berkelanjutan Berbasis ESG dan SDGs

Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor energi, PT Indonesia Power memegang peran strategis dalam mendorong pembangunan berkelanjutan melalui pengelolaan Pembangkit Listrik Tenaga Panas Bumi (PLTP) Gunung Salak. Perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian kinerja bisnis, tetapi juga menunjukkan komitmen kuat dalam penerapan prinsip *Environmental, Social, and Governance* yang terintegrasi dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Implementasi tersebut terlihat dari kontribusi perusahaan dalam penyediaan energi bersih dan terjangkau sebagai bagian dari SDG 7, upaya pengurangan ketimpangan sosial melalui program pemberdayaan masyarakat yang selaras dengan SDG 10, serta penguatan kemitraan multipihak sebagaimana tercermin dalam SDG 17 (Schönherr et al., 2023). Pendekatan ini menegaskan posisi perusahaan tidak hanya sebagai penyedia energi nasional, tetapi juga sebagai aktor pembangunan yang berperan aktif dalam menciptakan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terpadu.

Pada aspek lingkungan (*Environmental*), operasional PLTP Gunung Salak yang memanfaatkan energi panas bumi sebagai sumber energi terbarukan berkontribusi nyata terhadap pencapaian SDG 7 melalui penyediaan energi bersih dan berkelanjutan (Abhayawansa et al., 2021). Pelaksanaan program pengelolaan limbah, konservasi lingkungan, serta rehabilitasi ekosistem di sekitar wilayah operasional memperkuat kontribusi perusahaan terhadap pencapaian SDG 13 dan SDG 15. Praktik tersebut mencerminkan komitmen perusahaan yang melampaui kepatuhan regulatif semata, atau *beyond compliance*, dalam penerapan prinsip *Environmental, Social, and Governance* sebagaimana dikemukakan oleh Eccles et al. (2020).

Dimensi sosial (*Social*), PT Indonesia Power UBP Kamojang menerapkan pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas yang strategis dan kontekstual untuk menekan kesenjangan sosial sebagaimana tujuan SDG 10. Program pelatihan keterampilan dan pengembangan UMKM yang melibatkan Kelompok Tani Bina Mandiri, UMKM Ceuceumils, dan Kelompok Ngopepang berkontribusi langsung terhadap peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat sekaligus memperkuat *social license to operate* perusahaan sebagai fondasi keberlanjutan operasional (Bhattacharya, 2019). Kolaborasi dengan BUMDes dalam menjembatani disparitas digital melalui peran sebagai perantara informasi di wilayah blank spot menunjukkan bentuk adaptasi yang responsif terhadap kondisi lokal (Hamann, 2003; Idemudia, 2008). Pendekatan tersebut mendorong terciptanya akses yang lebih merata terhadap informasi dan program pemberdayaan. Penguatan peran kelembagaan lokal juga berkontribusi terhadap keberlanjutan program karena masyarakat terlibat langsung dalam proses perencanaan dan pelaksanaan. Pola ini membangun

rasa memiliki serta meningkatkan kemandirian komunitas sehingga dampak sosial yang dihasilkan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi tata kelola PT Indonesia Power yang berbasis kemitraan *multi-stakeholder* dan penerapan forum diskusi partisipatif memiliki keterkaitan kuat dengan teori komunikasi partisipatif sebagaimana dikemukakan oleh Hadiyanto (dalam Joharsoyo, 2023) dan Freire (dalam Sari, dkk., 2025). Pendekatan tersebut menegaskan bahwa partisipasi masyarakat bukan sekadar pelengkap program, melainkan elemen inti dalam menentukan keberhasilan pembangunan. Keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan mencerminkan pergeseran paradigma dari komunikasi pembangunan yang bersifat *top-down* menuju pola yang lebih horizontal, dialogis, dan setara. Pola ini memperkuat posisi masyarakat sebagai subjek pembangunan sekaligus meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program yang dijalankan perusahaan.

Temuan ini mendukung pandangan Freire bahwa setiap individu memiliki hak untuk menyuarakan aspirasinya, termasuk kelompok marginal atau masyarakat desa yang selama ini sering menjadi *voiceless people*. Keberadaan forum diskusi komunitas memperlihatkan adanya transformasi menuju pola komunikasi yang demokratis, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga mitra aktif dalam menentukan arah program. Namun, perlu diketahui bahwa keberhasilan strategi ini sangat ditentukan oleh kerelaan semua pihak pemerintah, perusahaan, dan lembaga masyarakat untuk berbagi kekuasaan secara adil. Jika salah satu pihak masih mendominasi arus informasi dan keputusan, maka potensi kegagalan partisipasi sebagaimana diperingatkan oleh Hadiyanto tetap mungkin terjadi.

PT Indonesia Power menunjukkan pencapaian nyata dalam implementasi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan melalui penerapan strategi yang terintegrasi dan berorientasi jangka panjang. Pendekatan kolaboratif *multi-stakeholder* terbukti menjadi fondasi utama dalam menyelaraskan kepentingan bisnis dengan kebutuhan pembangunan masyarakat. Keterlibatan pemerintah daerah, komunitas lokal, BUMDes, dan pemangku kepentingan lainnya mendorong terciptanya program yang lebih responsif terhadap kondisi sosial dan ekonomi setempat. Adaptasi terhadap karakteristik lokal melalui mekanisme partisipatif juga memastikan bahwa setiap program yang dijalankan tidak bersifat seremonial, melainkan relevan dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Integrasi prinsip *Environmental, Social, and Governance* dalam strategi perusahaan memperkuat terciptanya *shared value* antara perusahaan dan masyarakat. Penerapan prinsip tersebut tercermin melalui konsistensi pengelolaan lingkungan, penguatan ekonomi masyarakat, serta tata kelola yang dijalankan secara transparan dan kolaboratif. Peran perusahaan tidak lagi

terbatas pada penyediaan energi, melainkan berkembang sebagai penggerak pembangunan berkelanjutan di wilayah operasionalnya. Sinergi antara aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang dijalankan secara partisipatif menjadikan PT Indonesia Power sebagai contoh implementasi *ESG-SDGs* yang aplikatif dan relevan untuk direplikasi oleh BUMN lain di Indonesia. Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa integrasi ESG mampu memperkuat ketahanan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Dampak positif tersebut terlihat dari meningkatnya kapasitas lokal serta terciptanya hubungan yang lebih harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Pendekatan ini sekaligus memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik. Pola yang dibangun menunjukkan bahwa keberlanjutan dapat dicapai melalui kolaborasi yang konsisten dan berorientasi jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis komprehensif, dapat disimpulkan bahwa PT Indonesia Power telah berhasil mengintegrasikan prinsip *Triple bottom line* (3P) dan ESG melalui pendekatan kolaboratif *multi-stakeholder* yang adaptif, menciptakan nilai berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat. Keberhasilan ini ditopang oleh strategi pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas, inisiatif lingkungan yang *beyond compliance*, serta kemitraan inovatif dengan BUMDes untuk mengatasi disparitas digital. Untuk mengoptimalkan dampak ke depan, perusahaan disarankan untuk memperkuat kapasitas digital komunitas, menginstitusionalisasi forum *multi-stakeholder*, mengembangkan metrik pengukuran dampak yang terstandardisasi, serta mereplikasi model kolaboratif ini ke sektor BUMN lainnya. Implementasi saran ini tidak hanya akan memperkuat posisi PT Indonesia Power sebagai pionir pembangunan berkelanjutan, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian SDGs nasional secara lebih inklusif dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhayawansa, S., Adams, C. A., & Müller, M. A. (2021). Towards a conceptual framework of non-financial reporting: A systematic review of the literature. *The British Accounting Review*, 53(3), 100939.
- Ansell, C., & Gash, A. (2018). Collaborative platforms as a governance strategy. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 28(1), 16-32.
- Azizah, S., Pt, S., S M., & Commun, M. (2025). Pengembangan Masyarakat. Pengembangan Masyarakat Berbasis Digital, 54.
- Bhattacharya, C. B. (2019). How to do better at good: Why corporate social responsibility isn't dead. *California Management Review*, 61(4), 5-22.

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Eccles, R. G., Lee, L. E., & Stroehle, J. C. (2020). The social origins of ESG: An analysis of Innovest and KLD. *Organization & Environment*, 33(4), 575-596.
- Freire, P. (1970). Pedagogy of the oppressed. Herder and Herder.
- Hamann, R. (2003). Mining companies' role in sustainable development: The 'why' and 'how' of corporate social responsibility from a business perspective. *Development Southern Africa*, 20(2), 237-254.
- Huang, X., & Watson, L. (2022). Corporate social responsibility research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 40(1), 1-26.
- Idemudia, U. (2008). Conceptualising the CSR and development debate: Bridging existing analytical gaps. *Journal of Corporate Citizenship*, 2008(29), 91-110.
- Ife, J. (2016). Community development in an uncertain world: Vision, analysis and practice. Cambridge University Press.
- Joharsoyo, Y. M. (2023). Komunikasi Partisipatif dalam Upaya Konservasi Burung di Desa Jatimulyo, Kabupaten Kulonprogo. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 14-24.
- Mannayong, J., & Faisal, M. (2024). Transformasi digital dan partisipasi masyarakat: mewujudkan keterlibatan publik yang lebih aktif. *Jurnal Administrasi Publik*, 20(1), 53-75.
- Munsyi, M. A. (2021). Community-based development and corporate social responsibility: A pathway to sustainable community empowerment. *Journal of Sustainable Development*, 14(3), 45-59.
- Phillips, D., & Young, P. (2009). Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media (2nd ed.). Kogan Page.
- Rahman, A. (2021). CSR communication in remote areas: A study of PT PLN's community empowerment program. *Journal of Sustainable Development*, 14(2), 78-92.
- Sari, D. P., & Putra, A. (2022). Integrating hybrid methods for inclusive communication: Digital and offline approaches in remote area development. *Communication Research Journal*, 15(1), 112-128.
- Sari, E. N., Gunawan, R., Firdauzy, M., Mufidah, I. A., Andini, D. C., & Magfiroh, F. (2025). Konsep Komunikasi Politik Dalam Proses Pembangunan. Penerbit: Kramantara JS.
- Schönherr, N., Martinuzzi, A., & Will, M. G. (2023). The link between corporate sustainability and competitiveness: A review and research agenda. *Business Strategy and the Environment*, 32(1), 42-61.

- Torres, P., Augusto, M., & Godinho, P. (2022). The role of CSR in building relational capital: A perspective from the community. *Journal of Business Research*, 139, 667-676.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Widaswara, R. Y., & Dasih, I. G. A. R. P. (2025). Strategi Komunikasi Public Relations RRI Mataram dalam Mensosialisasikan Transformasi Digital di Era Konvergensi Media. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 7(01), 61-74.
- Zein, H. H. M., & Septiani, S. (2024). Digitalisasi Pemerintahan Daerah: Katalis Untuk Integrasi dan Optimasi Good Governance. *Sada Kurnia Pustaka*.