KOMUNIKASI DIALOGIS DALAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PROGRAM SAGARI BERDIKARI PT PERTAMINA PATRA NIAGA INTEGRATED TERMINAL BALONGAN: STUDI KASUS PADA KUPERA DI DESA SLIYEG LOR, INDRAMAYU

Gladies Neha Anjelita[1], Fatria Meilani Setiawuri[2], Indy Damayanti Utami[3], Prayudi[4]
[1,2,3,4]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia
Email: 253251009@student.upnyk.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis komunikasi dialogis dalam program SAGARI Berdikari PT Pertamina Patra Niaga Integrated Termina Balongan melalui studi kasus kelompok usaha perempuan berdaya (KUPERA) di desa Sliyeg Lor, Indramayu, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data berupa wawancara, informasi pengelola program, laporan pelaksanaan, dokumen monitoring dan evaluasi, laporan IKM, serta publikasi terkait program yang dianalisis melalui lima prinsip komunikasi dialogis Kent dan Taylor serta tiga dimensi pemberdayaan perempuan Kabeer. Temuan penelitian menunjukkan keberlangsungan komunikasi melalui hubungan personal, pendampingan berkala, musyawarah dan respons terhadap kebutuhan kelompok, termasuk usulan pelatihan serta kendala pemasaran. Dokumen program memperlihatkan keberadaan dukungan lanjutan berupa fasilitas produksi, kegiatan pengembangan produk, dan studi banding secara berkala. Bukti paling jelas dalam kerangka komunikasi dialogis berkaitan dengan kedekatan relasional dan tindak lanjut program di lapangan. Sebaliknya, kesetaraan pengaruh anggota dalam pengambilan keputusan dan keterbukaan terhadap kritik belum dapat dipastikan dari sumber data yang tersedia. Temuan pemberdayaan membuktikan akses anggota terhadap pengetahuan, pendampingan, fasilitas dan kesempatan pemasaran secara nyata. Dokumen pendukung menggunakan data ekonomi sebagai pelengkap untuk memberikan konteks capaian program, bukan sebagai dasar penyimpulan hubungan sebab-akibat. Penelitian ini menekankan pentingnya pembedaan kedekatan hubungan, respons terhadap aspirasi. Dan pelibatan dalam pengambilan keputusan saat menganalisis komunikasi CSR.

Kata Kunci: KUPERA, Komunikasi Dialogis, Komunikasi CSR, Pemberdayaan Perempuan.

Abstract

This research analyzes dialogic communication in the SAGARI Berdikari program of PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Balongan through a case study of the empowered women's business group (KUPERA) in Sliyeg Lor vilage, Indramayu, West Java. This research uses a qualitative approach with data sources including interviews, program manager information, implementation reports, monitoring and evaluation documents, IKM reports, and program-related publications, which are analyzed through Kent and Taylor's five principles of dialogic communication and Kabeer's three dimensions of women's empowerment. The research findings indicate the continuity of communication through personal relationships, periodic mentoring, consultations, and responses to the group's needs, including training proposals and marketing challenges. Program documents show the presence of ongoing support in the form of production facilities, product development activities, and periodic benchmarking. The clearest evidence within the framework of dialogic communication relates to relational closeness and program follow-up in the field. On the other hand, the equality of members' influence in decision-making and openness to criticism cannot yet be confirmed from

the available data sources. Empowerment findings demonstrate members' access to knowledge, mentoring, facilities, and marketing opportunities in a tangible manner. Supporting documents use economic data as a complement to provide context for program achievements, not as a basis for concluding cause-and-effect relationships. This research emphasizes the importance of distinguishing the closeness of relationships and responses to aspirations. And involvement in decision-making when analyzing CSR communication.

Keywords: *KUPERA, Dialogic Communication, CSR Communication, Women's Empowerment.*

A. PENDAHULUAN

Program Corporate Social Responsibility (CSR) tidak boleh lagi dianggap hanya sebagai distribusi bantuan. Program CSR berkembang menjadi sebuah hubungan yang bermakna antara komunitas dan pemangku kepentingan. Morsing & Schultz, (2008) berpendapat perusahaan perlu bergerak menuju keterlibatan pemangku kepentingan pada proses komunikasi. Hal ini berimplikasi pada strategi informasi, respons dan partisipasi untuk mendefinisikan peran dan membangun makna. Studi tentang komunikasi CSR menunjukkan pesan perusahaan tidak selalu menciptakan persepsi positif karena kemungkinan adanya ketegangan antara klaim dan praktik yang dijalankan (Crane & Glozer, 2016; Viererbl & Koch, 2022). Analisis terbaru tentang dialog pemangku kepentingan dalam konteks CSR menekankan istilah Dialog tidak tepat. Sejalan dengan hal itu penting untuk membedakan antara komunikasi dialogis dan komunikasi yang hanya tampak interaktif (Acuti et al., 2024). Perbedaan ini akan menentukan apakah program tersebut akan dipersepsikan sebagai ruang bersama atau sebagai inisiatif yang dipaksakan dari luar.

Teori Komunikasi Dialogis (Kent & Taylor, 2002) menyediakan kerangka kerja yang mampu menganalisis isu pemberdayaan sosial melalui lima prinsip yaitu timbal balik, kedekatan, empati, risiko dan kewajiban. Dai & Reich, (2023) mengkritik komunikasi satu arah tentang tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan perspektif dialogis. Prinsip dialogis sulit diterapkan dalam praktik (Lane, 2020) terutama ketika perusahaan menghadapi keterbatasan sumber daya. Banyak perusahaan besar terus menerapkan komunikasi monologis atau satu arah di media sosial (Cristina & Lalueza, 2018) dan batas antara dialog sejati melibatkan pemangku kepentingan dan pernyataan belaka di perdebatan (Acuti et al., 2024). Atas dasar tersebut prinsip ini sering digunakan untuk mempertanggung jawabkan komunikasi dan tidak dianggap sebagai bukti otomatis komunikasi sudah bersifat dialogis.

Pemberdayaan tidak dinilai dari keberadaan pelatihan atau bantuan tapi dari perspektif akses sumber daya, kapasitas pengambilan keputusan dan pencapaian yang dipersepsikan oleh kelompok. Kabeer, (1999) menjelaskan konsep pemberdayaan dalam tiga dimensi yang saling berkaitan yaitu *Resources, Agency* dan *Achievements*. Di samping hal tersebut (Cornwall, 2016) mengingatkan klaim terhadap pemberdayaan perlu dinilai secara kritis bukan hanya diasumsikan karena adanya program. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki peraturan tentang Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) mencakup ketentuan secara khusus disebutkan dalam Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang program tanggung jawab sosial BUMN. Peraturan tersebut menetapkan bahwa program CSR BUMN harus dirumuskan berdasarkan tiga pilar utama yaitu program kolaboratif berfokus pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), program pembangunan regional untuk mendukung komunitas lokal di wilayah operasional, dan program tanggung jawab sosial perusahaan lainnya yang dapat berkontribusi pada rencana pembangunan nasional termasuk *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Salah satu sektor penting dalam perekonomian Kabupaten Indramayu merupakan sektor pertanian. Hasil panen mangga pada tahun 2025 mencapai 1.531.779 kuintal yang

menunjukkan besarnya potensi pertanian di wilayah tersebut (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2026b). Di sisi lain harga mangga dari petani lokal berfluktuasi ekstrim. Selama musim *off-season* harga mangga berkisar antara Rp35.000 hingga Rp40.000 per kilogram, tetapi selama musim panen raya pada bulan Oktober, harga turun hingga Rp5.000 per kilogram. Kelebihan pasokan menyebabkan beberapa mangga tidak terserap oleh pasar dan membusuk membuat pendapatan petani menjadi tidak menentu. Di samping hal tersebut kondisi sosial ekonomi di Indramayu ditandai dengan tingkat kemiskinan sebesar 10,65% pada tahun 2026 dan 21.182 orang bermigrasi ke luar negeri untuk bekerja pada tahun 2025 (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2026a; KarirJepang, 2025). Kedua fenomena tersebut menjadi latar belakang pembentukan program SAGARI Berdikari pada tahun 2024 sebagai program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dari PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Balongan (Muliana & Muslikhah, 2026). Program ini terdiri dari tiga komponen, yaitu Griya Mangga untuk penguatan petani konvensional, Griya Kreasi untuk pengembangan budidaya modern oleh petani muda, serta Griya Rasa untuk pemberdayaan perempuan melalui pengolahan dan pemasaran produk berbahan dasar mangga. Ketiga komponen tersebut mengintegrasikan produksi pertanian, teknologi, pengolahan produk, dan pengembangan pasar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Penelitian tentang komunikasi CSR berfokus pada dialog antara organisasi dan karyawan (Kim et al., 2024), pemulihan reputasi di masa krisis (Fu & Yang, 2025), dan aktivitas media sosial (Cristina & Lalueza, 2018). Lane & Bartlett, (2016) menunjukkan bahwa penerapan prinsip dialog sulit dicapai dalam praktiknya, tetapi mereka tidak mempertimbangkan kelompok sasaran di daerah pedesaan. Penelitian tentang CSR di Indonesia mencakup implementasi, manfaat dan strategi komunikasi dari program Pertamina (Afifah & Andhita, 2024; Karolina & Vinda, 2025; Rahmawati et al., 2026; Taufiq et al., 2024). Studi tentang CSR yang berfokus pada perempuan di luar Indonesia mempelajari jangkauan dan hasil program (Mogaji et al., 2021; Priyanka & Jha, 2023). Tiga studi yang membahas pertanian yang tahan iklim dan ekonomi sirkuler, namun tidak ada yang mengkajii komunikasi perusahaan dengan KUPERA secara mendalam (Aulia et al., 2024; Muliana et al., 2025; Muliana & Muslikhah, 2026). Melalui analisis dari penelitian yang ada belum ditemukan penelitian yang menggunakan lima prinsip (Kent & Taylor, 2002) untuk menganalisis hubungan antara perusahaan dan kelompok perempuan (KUPERA). Terdapat beberapa pertanyaan hadir dari permasalahan ini, seperti bagaimana KUPERA menyampaikan rekomendasi idenya, bagaimana perusahaan menanggapinya, dan di mana batas-batas keterlibatan KUPERA dalam proses pengambilan keputusan.

Artikel ini memberikan tiga kontribusi di mana penulis menerapkan lima prinsip dialogis (Kent & Taylor, 2002) pada hubungan antara program CSR PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Balongan dengan KUPERA kelompok usaha perempuan berdaya di desa Sliyeg Lor Kabupaten Indramayu, konteks ini belum pernah di teliti dalam penelitian dialogis sebelumnya. Dalam kerangka analisis di tingkat komunitas, penulis mengaitkan prinsip-prinsip dialogis tersebut dengan sumber daya, agensi, dan hasil program dari (Kabeer, 1999) dalam satu kerangka analisis pada tingkat kelompok usaha. Kerangka ini memungkinkan pembaca melihat komunikasi perusahaan dan kondisi kelompok perempuan penerima program. Kontribusi ketiganya berperan sebagai peta penafsiran dari setiap prinsipnya, peta ini menunjukkan bahwa kedekatan *(propinquity)* dan program pendampingan tampak jelas memiliki hubungan. Kesalingan *(mutuality),* empati *(empathy)* dan komitmen *(commitment)* tampak sebagian, dan prinsip risiko *(risk)* menjadi agenda penelitian berikutnya. Peta ini membantu peneliti lain memilih prinsip yang cocok ditelusuri dengan wawancara dan observasi langsung. Temuan artikel ini juga memberikan dua saran praktis bagi pengelola CSR, yaitu melakukan pencatatan dan tindak lanjut usulan anggota serta menjangkau anggota kurang aktif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi antara pengelola Sagari Berdikari melalui lima prinsip komunikasi dialogis dari (Kent & Taylor, 2002) untuk menentukan kekuatan dari setiap prinsip dalam hubungan tersebut. Kerangka sebagaimana dijelaskan oleh (Kabeer, 1999) membantu peneliti membedakan manfaat yang dilaporkan informan dengan tujuan program. Artikel menjawab tiga pertanyaan (1) bagaimana praktik komunikasi antara pengelola program dengan anggota KUPERA berlangsung, (2) bagaimana praktik tersebut dapat dibaca melalui lima prinsip komunikasi dialogis, dan (3) bagaimana dukungan dan proses komunikasi berkaitan dengan sumber daya, agensi, serta capaian pemberdayaan perempuan yang dilaporkan. Alur argumen artikel ini dilihat dari pengamatan bahwa komunikasi CSR sering dilihat hanya dari sudut pandang perusahaan, sedangkan hubungan dengan kelompok penerima manfaat jarang dikaji memakai teori komunikasi dialogis. KUPERA atau kelompok usaha perempuan berdaya yang ada di desa sliyeg Lor menjadi objek yang menarik untuk di kaji karena seluruh anggotanya merupakan Purna Pegawai Migran Indonesia (PMI).

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori komunikasi dialogis dalam hubungan masyarakat berdasarkan lima prinsip sebagaimana dijelaskan oleh (Kent & Taylor, 2002) merujuk pada pengakuan atas hubungan dan kepentingan bersama. *Mutuality* menyangkut pengakuan bahwa perusahaan dan masyarakat saling bergantung, *Propinquity* menyangkut kedekatan dan keterlibatan, *Empaty* menyangkut dukungan dan pengakuan terhadap perspektif pihak lain, *Risk* menyangkut kesediaan menghadapi ketidakpastian dan perbedaan, sedangkan *Commitment* menyangkut tanggung jawab terhadap percakapan dan upaya memahami pihak lain. Prinsip tersebut digunakan pada studi yang dilakukan sebagai lensa interpretatif secara otomatis membuktikan kualitas dialogis yang dilakukan. Penerapan teori komunikasi dialogis juga memerlukan pertimbangan terkait bukti konkret tentang hubungan dan proses pengambilan keputusan.

Pada pengembangan teori sebagaimana dijelaskan oleh (Lane, 2020) membahas adanya kesenjangan antara prinsip dialogis dan penerapannya dalam praktik langsung sedangkan (Chen et al., 2020) menyusun sebuah agenda pengembangan teori dialogis. Dalam konteks CSR beberapa pendekatan penelitian menghubungkan komunikasi dialogis dengan kepercayaan dan loyalitas merek (Dai & Reich, 2023; Lim & Jiang, 2024), serta wacana CSR di tengah polarisasi seperti yang dibahas (Schoeneborn et al., 2024). Sebagian kajian itu berfokus pada komunikasi daring, hubungan dengan merek, dan komunikasi antar karyawan, maka perlu menafsirkan penerapan prinsip komunikasi dialogis dalam hubungan perusahaan dengan kelompok penerima manfaat.

1. Komunikasi CSR

Komunikasi CSR dapat dipahami sebagai sebuah proses hubungan, pertukaran informasi, respons terhadap aspirasi dan keterlibatan. Kerangka (Morsing & Schultz, 2008) menjadi acuan untuk membedakan strategi informasi yang menekankan pada penyampaian informasi, strategi respons membuka ruang bagi perusahaan bagaimana merespons pemangku kepentingan, sedangkan strategi pelibatan menempatkan pemangku kepentingan sebagai pihak yang turut membentuk pemahaman dan keputusan. Sedangkan (Carroll, 1991) menjadi latar tanggung jawab sosial apa yang harus dilakukan perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat sekitar daerah operasional. Sejumlah penelitian mengkaji beberapa sudut pandang lain seperti (Gomez, 2021) membahas interaktivitas komunikasi CSR melalui media daring, sedangkan (Adriana et al., 2020) mengkaji hubungan CSR dengan praktik masyarakat sekitar di sektor energi. Castelló et al. (2016) membahas pembentukan legitimasi melalui sebuah interaksi dalam jaringan, sedangkan (Etter et al., 2018) mengkaji respons publik terhadap legitimasi organisasi.

Di samping hal tersebut sejumlah kajian menghubungkan keterlibatan pemangku kepentingan dan modal sosial komunitas dengan pelaksanaan program CSR (Arelys et al., 2022; Hoi et al., 2018). Kajian-kajian tersebut memberikan landasan untuk memahami komunikasi CSR sebagai sebuah proses membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Pada studi yang dilakukan, komunikasi CSR menjadi dasar kajian yang membahas cara perusahaan menyampaikan informasi, menanggapi aspirasi, dan pelibatan kelompok penerima manfaat dalam program Sagari Berdikari khususnya anggota KUPERA.

2. Pemberdayaan Perempuan

Pemberdayaan perempuan adalah upaya untuk membentuk kemandirian masyarakat dan menghilangkan diskriminasi, hal ini dapat dicapai melalui sebuah dorongan motivasi dan pemilihan potensi yang dimiliki (Nur, 2019). Pemberdayaan dijalankan sebagai proses perubahan kemampuan seseorang untuk menentukan pilihan hidup, (Kabeer, 1999) juga menjelaskan tiga dimensi utama pemberdayaan, yakni sumber daya (*Resources),* agensi (*Agency),* dan capaian (*Achievements).* Pada studi yang dilakukan, ketiga dimensi tersebut digunakan untuk memahami pemberdayaan perempuan di desa Sliyeg Lor Kabupaten Indramayu, di mana masyarakatnya masih di dominasi bekerja ke luar negeri atau menjadi pegawai migran Indonesia (PMI).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa dalam pengukuran pemberdayaan perempuan perlu mempertimbangkan persepsi perempuan sebagai pihak yang mengalami proses tersebut (Natalie & Simone, 2024). Kajian (Priyanka & Jha, 2023) melihat keterlibatan perempuan dan kesetaraan gender dalam program CSR perusahaan. Di samping hal tersebut (Luthfiyah & Rizki, 2024) mengkaji pemberdayaan komunitas melalui program desa dalam pencapaian SDGs. Sebagian kajian menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan perlu dilihat dari beberapa aspek, seperti akses sumber daya harus dapat dijangkau, perempuan harus bisa terlibat dalam pengambilan keputusan dan apa manfaat yang akan dirasakan kelompok perempuan. Atas dasar tersebut, penelitian ini menggunakan dimensi sebagaimana dijelaskan oleh Kabeer (1999) untuk memahami pemberdayaan perempuan dalam KUPERA.

Kerangka konseptual ini berfungsi sebagai panduan untuk menganalisis komunikasi dialogis dan pemberdayaan perempuan dalam program Sagari Berdikari. Penelitian ini mengkaji bagaimana proses komunikasi Pihak *Community Development Officer* (CDO) dengan KUPERA melalui lima prinsip komunikasi dialogis (Kent & Taylor, 2002), yaitu timbal balik *(Mutuality),* kedekatan fisik atau jarak *(Propinquity),* empati *(Empaty),* resiko *(Risk),* dan komitmen *(Commitment).* Penelitian ini juga mengkaji keterlibatan perempuan dalam kelompok melalui tiga dimensi pemberdayaan (Kabeer, 1999), yaitu akses sumber daya *(Resources),* keterlibatan pengambilan keputusan *(Agency)* dan manfaat apa yang dirasakan *(Achivements).* Kerangka ini menempatkan komunikasi dialogis dan pemberdayaan perempuan sebagai dua faktor analisis yang saling berkaitan, sehingga penelitian ini tidak menguji sebab akibat ataupun mengukur kekuatan hubungan antara kedua fokus tersebut.

C. METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif-interpretatif (Creswell, 2018), yang bertujuan untuk menganalisis Proses komunikasi dialogis antara pihak *Community Development Officer* (CDO) PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Balongan dengan kelompok usaha perempuan berdaya (KUPERA) dalam Program binaan Sagari Berdikari. Pada studi ini difokuskan pada sub program Griya Rasa yang berfokus pada pengembangan kegiatan pengolahan pangan berbahan baku mangga dan pemasaran produk berbahan dasar mangga, pada kelompok perempuan yang berlokasi di desa Sliyeg Lor, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Sumber data pada studi yang dilakukan menggunakan data primer dan data sekunder, di mana sumber data primernya adalah data wawancara yang didapat

secara langsung dari informan yakni pihak *Community Development Officer* (CDO) dengan Ketua KUPERA dan catatan informasi dari pihak pengelola program. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan secara tidak langsung melainkan melalui sumber dari literatur dan dokumentasi resmi program. Penelitian ini juga menggunakan Laporan Pemberdayaan masyarakat dan dokumen monitoring, Laporan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan evaluasi program Sagari Berdikari tahun 2026, termasuk tindak lanjut hasil evaluasi para Triwulan I dan III.

Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah dengan wawancara dan analisis dokumen yang bersumber dari catatan lapangan. Kemudian dilakukan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) dengan membaca berulang dan mengelompokkan informasi ke dalam beberapa sub tema, lalu analisa dilakukan dengan membandingkan data lapangan dengan teori komunikasi dialogis (Kent & Taylor, 2002) serta kerangka pemberdayaan sebagaimana dijelaskan oleh (Kabeer, 1999), Selanjutnya diambil kesimpulan. Tema yang digunakan berupa awal pembentukan kelompok, komunikasi dan pendampingan, penyampaian aspirasi, pengelolaan usaha, tantangan operasional, serta harapan pengembangan kelompok. Dalam penafsiran data akan dibedakan ke dalam pernyataan informan, informasi dari pelaksanaan atau dokumentasi dan interpretasi peneliti.

Keabsahan data diperiksa dengan kecukupan interpretasi melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Keabsahan data dari sumber triangulasi dilakukan dengan membandingkan keterangan Ketua KUPERA dengan pihak CDO, dokumentasi program, laporan pelaksanaan, dan laporan kepuasan masyarakat. Sedangkan keabsahan data dari triangulasi metode dilakukan dengan mempertemukan data hasil wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi resmi program. Keabsahan data melalui perbandingan ini digunakan untuk menemukan kesesuaian, perbedaan, dan bagian yang belum di dukung bukti yang memadai. Keabsahan data ini tidak memperlakukan triangulasi sebagai jaminan kebenaran mutlak melainkan sebagai cara memeriksa interpretasi secara lebih transparan.

Perbandingan antar sumber dilakukan untuk menemukan kesesuaian dan perbedaan informasi, tetapi tidak diklaim sebagai triangulasi formal karena sumber-sumber dokumentasi tidak sepenuhnya independen. Penelitian ini tidak melakukan observasi lapangan, diskusi kelompok terarah atau *member checking*, sehingga segala aspek dipertimbangkan dalam seluruh penarikan kesimpulan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan lapangan menyajikan enam sub tema yang disusun secara sistematis dengan mengelompokkan data temuan studi berdasarkan urutan kronologis perkembangan kelompok. Diuraikan dari proses awal pembentukan kelompok, komunikasi dan pendampingan berkala dari pihak Pertamina, penyampaian aspirasi dan respons pengelola program, pengelolaan usaha, produk dan pemasaran, tantangan operasional dalam pelaksanaan program dan harapan terhadap pendampingan. Hasil wawancara dibandingkan untuk menjaga keabsahan data, analisis data juga dilengkapi dokumen-dokumen resmi program yang relevan, analisis komprehensif ini dilakukan untuk memperkuat pembuktian temuan studi secara objektif dan mendalam.

1. Proses Awal Pembentukan kelompok

Pembentukan Kelompok Usaha Perempuan Berdaya (KUPERA) berangkat dari dinamika sosial ekonomi yang saling berkaitan terjadi di Desa Sliyeg Lor, Indramayu, Jawa Barat. Pihak PT Pertamina Integrated Terminal Balongan merancang program pemberdayaan ini untuk mengatasi dua persoalan utama yakni fluktuasi harga mangga dan kebutuhan kegiatan produktif bagi perempuan Purna Pekerja Migran Indonesia (PMI). Pihak CDO menjelaskan penurunan harga mangga yang biasanya di jual berkisar Rp 35.000 – Rp 40.000 per kilogram di luar musim menjadi sekitar Rp 5.000 per kilogram saat masa panen raya. Perubahan harga

tersebut menyebabkan ketergantungan pendapatan petani pada musim dan kondisi pasar secara langsung. komoditas mangga sebagai potensi lokal menghadirkan persoalan ekonomi saat hasil panen melimpah namun harga jual melemah.

Dinamika lapangan lainnya berkaitan dengan tingginya angka perempuan Purna PMI dalam jumlah yang cukup banyak di desa Sliyeg Lor. Pihak CDO menggambarkan keberadaan perempuan mantan Pekerja Migran di lingkungan desa secara rinci, didukung oleh pernyataan.

"sebagian perempuan kembali ke desa setelah bekerja selama beberapa tahun tanpa memiliki modal usaha yang memadai. Pengelolaan penghasilan untuk kebutuhan rumah tangga atau ketiadaan tabungan jangka panjang membatasi pilihan ekonomi mereka setelah kembali ke desa." (Hasil wawancara staf *Community Development Officer* (CDO), 28 Oktober 2026).

Kedua kondisi sosial ekonomi tersebut menjadi latar belakang hadirnya program pemberdayaan melalui program Sagari Berdikari. CDO menjelaskan pihak Pertamina ingin memfasilitasi pelatihan pengolahan hasil mangga untuk membuka peluang kegiatan produktif bagi perempuan Purna migran melalui pemanfaatan potensi lokal. KUPERA atau kelompok usaha perempuan berdaya kemudian menjadi wadah pengembangan produk olahan mangga untuk menghubungkan komoditas setempat dengan upaya perluasan pilihan kegiatan ekonomi perempuan di desa Sliyeg Lor.

Latar belakang KUPERA mencerminkan respons perusahaan terhadap ketidakstabilan harga komoditas lokal dan keterbatasan kegiatan produktif perempuan Purna PMI di desa. Kedua dinamika sosial ekonomi tersebut menjelaskan konteks pembentukan program pemberdayaan di lapangan secara spesifik. Pembentukan KUPERA juga menjadi sebuah wadah yang mempertemukan kedua hal, potensi komoditas lokal dengan membuka kegiatan usaha bagi perempuan yang sebagian anggotanya memiliki pengalaman ekonomi sebelum mengikuti pendampingan dan pengembangan produk olahan mangga. Temuan ini menunjukkan bahwa program pemberdayaan tidak berlangsung di ruang kosong, melainkan program bertemu dengan pengalaman, keterampilan dan aktivitas ekonomi yang telah dimiliki sebagian anggota.

2. Komunikasi dan Pendampingan berkala dari pihak Pertamina

Aspek komunikasi dan pendampingan hadir sebagai fondasi utama dalam menjamin keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat. Perusahaan membangun saluran interaksi untuk menciptakan relasi kerja sama yang transparan, harmonis dan responsif terhadap kebutuhan kelompok di lapangan. Dalam konteks ini, Ketua KUPERA menggambarkan hubungan kelompok dengan pihak Pertamina sangat dekat dengan adanya komunikasi dengan *Community Development Officer* (CDO) secara rutin. Ketua KUPERA juga menyampaikan program pendampingan konsisten dilakukan oleh Pertamina dari awal terbentuknya kelompok ini hingga sekarang. Ketua KUPERA juga menyampaikan komunikasi yang dilakukan dengan pihak CDO terasa sangat dekat sehingga memunculkan rasa kekeluargaan yang hangat namun tetap saling menghormati. Pertanyaan ini menunjukkan terdapat makna pendampingan sebagai hubungan berkelanjutan yang tidak terbatas pada saat penerimaan bantuan saja.

Pihak CDO mengidentifikasi hambatan teknis serta psikologis dalam penggunaan media komunikasi digital berbasis teks. Sebagaimana dijelaskan oleh CDO penyampaian informasi dan komunikasi kurang efektif jika disampaikan di grup *WhatsApp*, karena anggota merasa sungkan dan pesan tertulis rawan mengalami salah penafsiran. Sehingga CDO melakukan alternatif komunikasi lanjutan melalui telepon, pesan pribadi, dan diskusi tatap muka, anggota kelompok juga merasa lebih suka menyampaikan aspirasi dan usulan secara langsung. CDO menyebut proses pelaksanaan pendampingan dilakukan secara rutin dua minggu sekali namun pihak CDO terkadang melakukan pendampingan seminggu lebih dari dua kali tergantung program apa yang sedang berjalan. pihak CDO juga melakukan pendekatan secara personal di luar jam kerja atau kunjungan di akhir pekan, hal ini dilakukan untuk menumbuhkan kedekatan antara anggota kelompok dengan pihak CDO.

Keterangan dari kedua belah pihak memberi penjelasan mengenai alasan pemilihan saluran komunikasi Interpersonal daripada hanya berfokus pada frekuensi interaksi, hal ini juga menunjukkan pentingnya hubungan personal dalam komunikasi program. Pemilihan saluran telepon dan tatap muka menyesuaikan kenyamanan anggota kelompok.

3. Penyampaian Aspirasi dan Respons pengelola program

Penyampaian aspirasi merupakan sebuah proses komunikasi dua arah yang memfasilitasi penyerapan ide, usulan dan kebutuhan anggota kelompok kepada pihak pengelola program secara terbuka. Ketua KUPERA menyampaikan usulan anggota mengenai pelatihan variasi olahan mangga kepada pihak Pertamina, dan disambut baik dengan menerima usulan pelatihan tersebut. Hal ini di dukung oleh pernyataan ketua KUPERA.

"Kami mengusulkan pelatihan-pelatihan tentang olahan mangga dan alhamdulillah diterima dengan baik oleh pihak Pertamina, para anggota juga saling berdiskusi dan memberi pengertian satu sama lain" (Hasil wawancara Ketua KUPERA 1, 21 Oktober 2026).

Keterangan ini memberikan contoh konkret mengenai penyampaian aspirasi dan komunikasi di dalam kelompok. Ketua KUPERA juga menyampaikan bahwa pihak Pertamina selalu melakukan dukungan dalam proses awal pemasaran melalui penyediaan akses promosi langsung. Dukungan tersebut melalui pengenalan produk KUPERA dalam acara kantor dan pameran secara langsung. Maka dari itu, data lapangan memperlihatkan respons praktis perusahaan terhadap kebutuhan kelompok.

CDO PT Pertamina menambahkan bahwa pengelola menerapkan mekanisme musyawarah saat menghadapi perbedaan pendapat pada anggota. Pengelola membahas setiap pilihan selalu ditentukan bersama kelompok, seperti penentuan warna seragam atau penentuan skema uang transportasi ketika ada pelatihan. CDO juga menegaskan bahwa pengelola tidak memaksakan kehadiran anggota saat mereka memiliki kesibukan seperti harus mengasuh anak atau menjalankan tanggung jawab ekonomi keluarga. Informasi ini menunjukkan keberadaan mekanisme akomodatif yang digunakan pengelola untuk menyesuaikan kegiatan dengan kondisi harian anggota.

Sebagai data pendukung, Laporan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) program Sagari Berdikari memuat penilaian responden terhadap keterlibatan dalam program sebagai data pendukung. Laporan mencatat nilai konversi untuk keterlibatan dalam perencanaan sebesar 83,33% dengan kategori Sangat baik. Laporan juga mencatat nilai konversi untuk keterlibatan aktif memberikan pendapat, mengusulkan kegiatan dan menyusun inovasi sebesar 81,25% dengan kategori Baik. Di samping hal tersebut, laporan menunjukkan nilai konversi untuk kesempatan menyampaikan pendapat sebesar 95,83% dengan kategori Sangat Baik. Tim penyusun menghitung ketiga indikator partisipasi tersebut dari 12 responden gabungan 6 anggota KUPERA dan 6 anggota Kelompok Tani Salam Tani. Atas dasar tersebut angka ini digunakan sebagai pelengkap kontekstual mengenai penilaian partisipasi penerima manfaat, bukan ukuran khusus partisipasi KUPERA.

4. Pengelolaan Usaha, Produk dan Pemasaran

Pengelolaan usaha, pengembangan produk dan strategi pemasaran merupakan rangkaian proses strategis yang mencakup pengorganisasian modal, penciptaan barang bernilai tambah, serta penyaluran hasil produksi kepada konsumen. Ketua KUPERA menyebutkan jenis produk olahan kelompok berupa *cookies* mangga, sirop mangga dan dodol mangga, pemasaran produk yang dilakukan kelompok menggunakan sistem *Pre-Order* untuk menjaga kualitas dan kesegaran produk olahan mangga secara konsisten. Kelompok juga melaksanakan kegiatan promosi dan pemasaran melalui pameran dan acara internal Pertamina, hal ini dibantu langsung melalui penyediaan akses promosi pada acara perusahaan. Informasi ini menunjukkan pihak Pertamina secara konsisten memberikan fasilitas pemasaran langsung dalam pendampingan.

Pihak CDO menyampaikan terdapat inovasi jenis produk baru yakni keripik mangga pasca studi banding ke malang. Produk ini masih dalam proses perencanaan dan akan di dukung perusahaan dalam pelatihan proses produksi, pengadaan bahan baku, pembuatan desain stiker, dan konsep desain kemasan yang akan digunakan. Kelompok mulai membeli toples dan mencetak label kemasan secara mandiri seiring berjalannya operasional usaha. Keterangan ini menunjukkan adanya perkembangan variasi produk olahan kelompok dan peralihan dukungan operasional kelompok.

Laporan pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat mencatat penyelenggaraan kegiatan pengembangan produk inovasi olahan mangga pada 15 september 2016. Terdapat dua puluh orang peserta yang hadir untuk mengikuti praktik pembuatan manisan mangga dan sirop mangga dalam kegiatan tersebut. Tim pengembang masih melakukan proses uji coba *(trial and error)* untuk dapat menguji komposisi, tahapan pengolahan dan rasa produk. Pengelola program juga merencanakan hasil uji coba sebagai bahan evaluasi dan perbaikan mutu produk selanjutnya (PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Blongan, 2026).

Sistem *Pre-order* merupakan bentuk penyesuaian operasional kelompok dalam menjalankan usaha harian dan menjaga kualitas produk. Kelompok ini juga dilibatkan dalam SMEXPO UMKM, yang memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produknya ke pasar yang luas. Kesempatan mengikuti pameran kantor memberi akses pengenalan produk kepada calon konsumen secara langsung. kedua hal tersebut menggambarkan tata cara kelompok dalam mengelola pesanan dan memanfaatkan saluran pemasaran yang tersedia.

5. Tantangan Operasional dalam Pelaksanaan Program

Tantangan operasional merupakan serangkaian hambatan teknis, logistik dan finansial yang mempengaruhi kelancaran proses produksi serta keberlanjutan usaha kelompok. Hasil temuan memperlihatkan tantangan operasional terkait fluktuasi harga mangga, pemasaran berbasis *pre-order,* serta kebutuhan fasilitas produksi secara rinci. Pihak CDO menjelaskan penurunan harga mangga secara tajam saat panen raya menjadi alasan utama digunakannya mangga sebagai bahan baku utama yang di olah secara langsung oleh kelompok perempuan.

Laporan pelaksanaan program mencatat pembangunan rumah produksi pada Juni hingga Juli 2026 selesai di dirikan untuk mendukung peningkatan produksi olahan mangga KUPERA. Perusahaan merancang fasilitas tersebut sebagai wadah pengolahan bahan baku hingga pengembangan produk baru. Di samping hal tersebut, fasilitas baru ini hadir mendukung kebersihan, kualitas produk, kapasitas produksi dan inovasi baru bagi kelompok (PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Blongan, 2026).

Dokumentasi program mencatat peningkatan pendapatan KUPERA sebesar Rp 300.000 per bulan secara berkala. Angka tersebut mewakili penghasilan tambahan anggota dari kegiatan ekonomi kelompok dalam program pemberdayaan ini. Keterlibatan anggota dalam pengembangan produk olahan mangga, pemasaran, dan perizinan P-IRT selesai pada 2025. Maka dari itu, program ini membuka peluang ekonomi baru bagi para perempuan Purna migran yang sebelumnya hanya bergantung pada pekerjaan di luar negeri. Tantangan-tantangan operasional tersebut tidak berdiri sendiri di lapangan, ketersediaan anggota aktif, bahan baku, fasilitas produksi dan akses pasar dapat memengaruhi kemampuan kelompok dalam memenuhi pesanan secara langsung.

6. Harapan Terhadap Pendampingan

Harapan terhadap pendampingan merupakan arah pengembangan yang diinginkan oleh sasaran program terhadap pihak pendamping secara berkelanjutan. Ketua KUPERA mengharapkan keberlanjutan operasional kelompok, peningkatan kekompakan anggota, dan penyediaan pelatihan variasi olahan mangga secara berkelanjutan. Sejauh ini produk hasil olahan mangga masih belum memiliki banyak variasi anggota KUPERA sangat mengharapkan pengadaan pelatihan untuk menghasilkan produk baru. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa anggota kelompok masih mengharapkan keberlanjutan aktivitas, solidaritas internal dan

peningkatan keterampilan baru bagi anggota. Harapan ini memberikan gambaran kebutuhan pendampingan lanjutan, terutama dalam aspek pengembangan produk dan penguatan kerja sama kelompok.

Dokumentasi program mengaitkan pengembangan dengan proses formalisasi usaha melalui sertifikasi P-IRT (pangan industri rumah tangga) atau izin edar resmi bagi produk makanan dan minuman olahan yang di produksi oleh usaha skala rumahan dengan risiko rendah. Pengembangan KUPERA dilakukan melalui peningkatan keterampilan produksi, perluasan saluran pemasaran seperti pelibatan dalam pameran pemasaran dan pemenuhan kelengkapan administratif produk.

Temuan menunjukkan bahwa komunikasi antara pengelola program SAGARI Berdikari dan KUPERA berlangsung melalui hubungan personal, pendampingan, serta respons terhadap kebutuhan kelompok. Lima prinsip komunikasi dialogis (Kent & Taylor, 2002), yaitu *Mutuality, Empathy, Propinquity, Risk,* dan *Commitment,* digunakan sebagai lensa analisis yang saling berkaitan. Prinsip *Propinquity* terlihat melalui kedekatan hubungan dan kesinambungan pendampingan. Ketua KUPERA menggambarkan hubungan yang dekat dengan perusahaan sejak pembentukan kelompok. CDO menjelaskan bahwa penggunaan grup *WhatsApp* kurang efektif bagi sebagian anggota karena rasa sungkan dan kekhawatiran terhadap salah penafsiran pesan. Pengelola kemudian menggunakan telepon pribadi, pesan langsung, dan pertemuan tatap muka sebagai alternatif komunikasi. Pendamping lapangan juga melakukan kunjungan setidaknya dua minggu sekali. Temuan ini menunjukkan penyesuaian saluran komunikasi dengan kondisi anggota. Prinsip *Empathy* terlihat dari fleksibilitas pengelola terhadap anggota yang memiliki tanggung jawab mengasuh anak atau memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Sementara itu, prinsip *Commitment* tercermin dalam pendampingan berkelanjutan, pembangunan rumah produksi pada Juni-Juli 2026, pengembangan produk pada September 2026, serta kegiatan studi banding ke Pasuruan dan Malang. Rangkaian kegiatan tersebut menunjukkan dukungan perusahaan dalam pengembangan fasilitas dan kapasitas kelompok.

Prinsip *Mutuality* terlihat melalui respons perusahaan terhadap usulan pelatihan pengolahan mangga dan keterlibatan anggota dalam musyawarah mengenai kebutuhan kelompok. Ketua KUPERA dan CDO menjelaskan bahwa pengelola memberikan tanggapan positif terhadap usulan pelatihan serta mendiskusikan kebutuhan operasional, seperti penentuan warna seragam dan skema uang transportasi. Temuan ini menunjukkan adanya ruang partisipasi anggota dalam pelaksanaan program. Prinsip *Risk* berkaitan dengan kesediaan pihak-pihak yang berkomunikasi menghadapi ketidakpastian dan perbedaan pendapat. CDO menjelaskan bahwa pengelola menyelesaikan perbedaan melalui musyawarah bersama. Ketua KUPERA juga menyampaikan pengaturan pengelolaan modal dan pembelian bahan baku secara terpusat untuk menghindari perbedaan pendapat. Di samping hal tersebut, hambatan komunikasi melalui *WhatsApp* mendorong pengelola menggunakan pendekatan personal dan pertemuan langsung. Praktik tersebut menunjukkan upaya pengelola dalam mengatasi hambatan komunikasi dan menjaga interaksi dengan anggota.

Kelima prinsip komunikasi dialogis menunjukkan penerapan yang berbeda dalam praktik pemberdayaan KUPERA. Prinsip *Propinquity* terlihat melalui kedekatan dan pendampingan rutin, *Empathy* melalui pertimbangan terhadap kondisi anggota, serta *Commitment* melalui kesinambungan dukungan program. Prinsip *Mutuality* tercermin dalam respons terhadap usulan dan musyawarah kebutuhan kelompok, sedangkan *Risk* terlihat melalui upaya mengatasi hambatan komunikasi dan perbedaan pendapat. Temuan ini sejalan dengan (Lane & Bartlett, 2016) yang menjelaskan bahwa penerapan komunikasi dialogis berlangsung secara bertahap dan dinamis. Secara analitis, komunikasi dialogis dalam KUPERA menunjukkan sejumlah unsur dialog, tetapi belum dapat dipahami sebagai kondisi yang sepenuhnya setara. Kedekatan dan respons pengelola mendukung interaksi, tetapi belum

otomatis menunjukkan kesetaraan pengaruh dalam pengambilan keputusan. Atas dasar tersebut, pencatatan aspirasi, alasan keputusan, dan tindak lanjut menjadi penting untuk memperjelas pengaruh masukan anggota terhadap pelaksanaan program.

Kerangka (Morsing & Schultz, 2008) membedakan strategi komunikasi CSR yang berorientasi pada informasi, respons, dan pelibatan pemangku kepentingan. Pendampingan dan komunikasi melalui pihak CDO memperlihatkan adanya saluran hubungan antara perusahaan dengan kelompok penerima manfaat KUPERA. Pernyataan ketua KUPERA mengenai penerimaan usulan memerikan indikasi awal respons perusahaan terhadap aspirasi anggota melalui pelibatan langsung kelompok dalam perencanaan dan pengambilan keputusan program. Perbedaan antara strategi respons dan pelibatan sangat penting dalam mengkaji komunikasi CSR, di mana Pihak pengelola dapat mendengarkan usulan kelompok tanpa melibatkan anggota dalam proses penentuan keputusan strategis. Sebaliknya partisipasi nyata dalam keputusan memerlukan data transparan mengenai penentuan prioritas, keterlibatan kelompok dan pengaruh masukan terhadap pilihan program.

Morsing & Schultz (2008) membedakan tiga strategi komunikasi CSR untuk menganalisis KUPERA secara lebih terstruktur. Informasi tentang pendampingan, pengolahan mangga dan pemasaran produk membuktikan pendampingan pengetahuan serta dukungan teknis dari program. Pernyataan ketua KUPERA mengenai penerimaan usulan memberikan petunjuk nyata tentang adanya respons terhadap aspirasi anggota dan respons perusahaan di lapangan. Kelompok KUPERA mengusulkan pelatihan olahan mangga, sementara perusahaan menangani kendala pemasaran melalui penyediaan akses pameran dan acara internal Pertamina. Dalam kerangka (Morsing & Schultz, 2008) membaca dukungan pemasaran ini sebagai indikasi penerapan strategi respons.

Keterangan CDO mengenai musyawarah yang dilakukan ketika penentuan warna seragam dan skema uang transportasi pelatihan memperluas contoh ruang diskusi operasional kelompok. Temuan ini penting karena komunikasi interaktif tidak hanya terjadi saat penyerahan bantuan pelatihan, tetapi juga dalam keputusan operasional harian. Strategi respons tidak dianggap sebagai bentuk komunikasi yang tanpa nilai. Pengelola dapat menggunakan strategi respons sebagai tahap krusial untuk membangun kepercayaan dan menjaga relasi jangka panjang. Analisis yang paling proporsional menyatakan bahwa komunikasi dan pendampingan dilaporkan berjalan secara aktif, sedangkan derajat keterlibatan dalam pengambilan keputusan belum dapat ditentukan.

Pada tingkat praktis, pengelolaan program dapat memperjelas jalur komunikasi melalui pemisahan saluran penerimaan informasi, penyampaian usulan, pemberian umpan balik dan penyampaian keputusan akhir. Pengelola dapat mencatat setiap usulan beserta tanggal penyampaiannya, penanggung jawab melakukan tindak lanjut, status keputusan dan alasan penolakan secara transparan. Mekanisme pencatatan ini membuat proses komunikasi akan lebih terukur bagi kelompok dan memudahkan evaluasi keberlanjutan program dari waktu ke waktu. Rekomendasi ini tidak menuntut pemenuhan seluruh usulan anggota, melainkan untuk mendorong keterbukaan proses pertimbangan dan tindak lanjut bagi pihak yang menyampaikan aspirasi.

Kerangka (Kabeer, 1999) membedakan dimensi sumber daya, agensi dan capaian pada kajian pemberdayaan perempuan. Data lapangan menunjukkan akses anggota terhadap pendampingan, keterampilan pengolahan mangga, jaringan pemasaran dan kesempatan promosi produk pada dimensi sumber daya. Sumber daya tersebut berpotensi mendukung aktivitas ekonomi kelompok secara berkelanjutan. Laporan pembangunan rumah produksi dan pelatihan pengembangan produk memperkuat temuan pada dimensi sumber daya. KUPERA memperoleh dukungan fasilitas produksi dan kesempatan praktik pembuatan manisan serta sirop mangga dari perusahaan. Pada saat yang sama, laporan resmi mencatat tahap uji coba *(trial and error)* dalam proses pengembangan produk olahan tersebut.

Sebagian perempuan telah menjalankan kegiatan usaha mandiri sebelum pembentukan kelompok KUPERA pada dimensi agensi. Kelompok menetapkan pilihan variasi olahan produk dan penggunaan sistem *pre-order* pada tingkat operasional. Namun, ketua KUPERA menyampaikan pengelolaan modal dan pembelian bahan baku dilakukan oleh anggota, temuan ini menunjukkan keberadaan aktivitas harian dan pembagian peran. Ketua KUPERA juga melaporkan perolehan pengalaman, pengetahuan, relasi, wawasan lingkungan kerja dan tambahan penghasilan pada dimensi capaian. Informasi tersebut sangat penting sebagai gambaran manfaat subjektif dari sisi anggota KUPERA.

Dokumentasi program mencatat peningkatan pendapatan KUPERA sebesar Rp 300.000 per bulan secara berkala. Angka tersebut mewakili penghasilan tambahan anggota dari kegiatan ekonomi kelompok dalam program pemberdayaan ini. Data tersebut digunakan sebagai indikator capaian kelompok berdasarkan laporan resmi dokumen program. Temuan ini memperkaya analisis dimensi capaian tanpa klaim kausalitas langsung komunikasi dialogis. Analisis terhadap ketiga dimensi tersebut menghasilkan gambaran penerapan program yang tidak seragam di lapangan. Pemberdayaan ini penting untuk mencegah penggunaan label pemberdayaan sebagai klaim keberhasilan otomatis pada setiap kegiatan pelatihan atau pendampingan.

Fluktuasi harga mangga ketika musim panen, sistem penjualan *pre-order* dan kebutuhan fasilitas produksi menjadi isu operasional utama. isu-isu operasional ini memberikan gambaran kondisi yang memengaruhi pengembangan usaha kelompok di lapangan. Hasil wawancara pihak CDO menghubungkan penurunan harga mangga dengan periode panen raya secara spesifik. Pengelola program mempertimbangkan dua implikasi praktis berdasarkan sudut pandang tata kelola program. Pertama, pengelola dapat mencatat aspirasi anggota beserta status keputusan dan tindak lanjutnya secara transparan. Mekanisme pencatatan ini membantu kelompok dalam mengetahui proses penanganan usulan mereka di lapangan. Kedua, pengelola dan pengurus kelompok dapat menyediakan saluran komunikasi inklusif bagi anggota yang kurang aktif untuk dapat menyampaikan kebutuhan atau menerima informasi harian.

Pemusatan pembagian tugas dan pengelolaan keuangan pada kelompok dapat memudahkan koordinasi internal secara spesifik. Namun, pengurus kelompok dapat melengkapi pola terpusat tersebut melalui penyampaian penjelasan rutin mengenai penggunaan modal, keputusan pembelian, serta tata cara penyampaian pertanyaan atau keberatan anggota. Pengaturan administratif demikian menjelaskan proses tata kelola kelompok tanpa mengasumsikan keberadaan masalah pada sistem pengelolaan saat ini. Dinamika keterlibatan perempuan dalam kegiatan kelompok perlu dipahami bersamaan dengan kondisi sosial ekonomi mereka. Hasil wawancara pihak CDO menyoroti kerentanan sebagian perempuan Purna PMI yang kembali ke desa tanpa kepemilikan modal usaha yang memadai. Sementara itu, ketua KUPERA menyebutkan keterikatan tanggung jawab pengasuhan anak, kontrak pekerjaan di luar negeri yang belum selesai dan usaha mandiri sebagai faktor yang memengaruhi keaktifan anggota. Keterangan informan tersebut berfungsi sebagai konteks sosial ekonomi untuk memahami tantangan partisipasi kelompok.

Keterangan CDO juga menempatkan fasilitas Rumah Produksi sebagai sarana pendukung yang menyediakan ruang berkumpul dan bekerja secara terstruktur bagi KUPERA. Pengelola merancang fasilitas baru ini untuk menggantikan penggunaan rumah pribadi anggota yang terbatas pada periode sebelumnya. Fasilitas Rumah Produksi juga hadir sebagai bentuk dukungan konkret program terhadap keberlanjutan kegiatan produktif KUPERA. Tantangan ketersediaan bahan baku dan saluran pemasaran menunjukkan keterkaitan erat antara aktivitas usaha kelompok dan kondisi operasional yang ada di lapangan. Ketua KUPERA menjelaskan tantangan seperti perubahan harga bahan baku serta penggunaan sistem *pre-order* untuk menjaga kesegaran produk olahan mangga. Sistem *pre-order* ini membantu kelompok dalam

menyesuaikan kapasitas produksi dengan volume pesanan konsumen secara efisien. Pengelola program dapat mempertimbangkan dua langkah pengembangan strategis dari sisi komunikasi CSR. Pertama, pendampingan lapangan perlu memperluas saluran komunikasi untuk menjangkau anggota yang tidak rutin hadir melalui penyampaian ringkasan keputusan dan penampungan masukan. Kedua, pengelola dan pengurus kelompok dapat menyepakati pendokumentasian sederhana mengenai volume produksi, pesanan, rincian biaya dan pembagian hasil usaha. Dokumentasi usaha tersebut mempermudah pengelolaan harian kelompok sekaligus menyediakan dasar evaluasi yang kuat atas kesesuaian dukungan program.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan keberlangsungan komunikasi antara pengelola program Sagari Berdikari dan KUPERA melalui hubungan personal, pendampingan berkala, musyawarah serta respons terhadap kebutuhan kelompok. Berdasarkan lima prinsip komunikasi dialogis (Kent & Taylor, 2002) pengamatan terhadap prinsip *propinqquity* terlihat melalui kedekatan dan komunikasi langsung di lapangan. Identifikasi prinsip *empathy tampak* dari perhatian pengelola terhadap kondisi harian anggota. Sementara prinsip *commitment* tercermin dalam pendampingan serta tindak lanjut kegiatan secara berkelanjutan. Prinsip *Mutuality* tercermin dari adanya respons perusahaan terhadap usulan pelatihan dan musyawarah penentuan kebutuhan operasional kelompok. Sementara prinsip *Risk* teridentifikasi dari penanganan hambatan komunikasi melalui *WhatsApp* serta penggunaan diskusi langsung untuk mengurai perbedaan pendapat. Program pemberdayaan menyediakan akses terhadap pengetahuan pengolahan mangga, pendampingan, fasilitas produksi, jaringan perusahaan dan kesempatan pemasaran dari sisi pemberdayaan perempuan. Ketua KUPERA menyampaikan manfaat perseptual berupa tambahan pengetahuan, pengalaman, relasi dan peluang penghasilan. Dokumen program serta data pendukung memberikan konteks mengenai pelaksanaan kegiatan dan capaian ekonomi di lapangan. Temuan studilebih kuat dalam menjelaskan proses komunikasi dan bentuk dukungan program.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan saluran komunikasi dan respons terhadap usulan merupakan bagian penting dalam hubungan CSR. Namun, kedua hal tersebut tidak otomatis membuktikan keberadaan pengaruh yang setara bagi kelompok dalam pengambilan keputusan. Pengelola program dapat memperkuat proses tersebut melalui pencatatan aspirasi dan tindak lanjutnya, penjelasan alasan keputusan, serta penyediaan ruang inklusif bagi anggota untuk menyampaikan pandangan berbeda. Maka dari itu, kesimpulan penelitian menjelaskan pola komunikasi yang teridentifikasi dari sumber data yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Acuti, D., Glozer, S., & Crane, A. (2024). What is (and is not) stakeholder dialogue in CSR? A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, *26*(4), 518–535. https://doi.org/10.1111/ijmr.12363

Adriana, P.-M., Emilia, S.-L., & Nakayama, A. (2020). Corporate image or social engagement: Twitter discourse on corporate social responsibility (CSR) in public relations strategies in the energy sector. *El Profesional de La Información*. https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.33

Afifah, L. N., & Andhita, S. H. (2024). Analysis of Social, Economic, and Environmental Benefits of the Kuas Jirak Women Empowerment Program as an Implementation of CSR by PT. Pertamina EP Tanjung Field. *INFLUENCE: INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENCE REVIEW*, *6*(2), 153–165. https://influence-journal.com/index.php/influence/article/view/239

Arelys, L., Gil-Lacruz, A. I., & Saz-Gil, I. (2022). Stakeholder engagement, Csr development and Sdgs compliance: A systematic review from 2015 to 2021. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *29*(1), 19–31. https://doi.org/10.1002/csr.2170

Aulia, A., Afifah, N., Fajar, R., & Trisnawan, A. (2024). Application of Climate Smart Agricultur in the Primadona Program (Sustainable Innovative Independent Mango Framing) Penerapan Climate Smart Agriculture dalam Implementasi Program Primadona (Pertanian Mangga Mandiri Inovatif Berkelanjutan). In *Progress in Social Development* (Vol. 5, Number 2). https://doi.org/10.30872/psd.v5i2.89

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2026a). *Persentase Penduduk Miskin Kabupaten/Kota di Jawa Barat*.

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2026b). *Produksi Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Tanaman di Provinsi Jawa Barat*.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, *34*(4), 39–48. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

Castelló, I., Etter, M., & Årup Nielsen, F. (2016). Strategies of Legitimacy Through Social Media: The Networked Strategy. *Journal of Management Studies*, *53*(3), 402–432. https://doi.org/10.1111/joms.12145

Chen, Y.-R. R., Hung-Baesecke, C.-J. F., & Chen, X. (2020). Moving forward the dialogic theory of public relations: Concepts, methods and applications of organization-public dialogue. *Public Relations Review*, *46*(1), 101878. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101878

Cornwall, A. (2016). Women's Empowerment: What Works? *Journal of International Development*, *28*(3), 342–359. https://doi.org/10.1002/jid.3210

Crane, A., & Glozer, S. (2016). Researching Corporate Social Responsibility Communication: Themes, Opportunities and Challenges. *Journal of Management Studies*, *53*(7), 1223–1252. https://doi.org/10.1111/joms.12196

Creswell. (2018). *Qualitative Inquary and Research Design Creswell*.

Cristina, A.-T., & Lalueza, F. (2018). Monologues in the conversational era: Assessing the level of dialogic communication that big firms are reaching on social medi. *El Profesional de La Información*, *27*(6), 1270. https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.10

Dai, W., & Reich, A. Z. (2023). The differential impact of monological and dialogical corporate social responsibility communication strategies on brand trust in the credence goods market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *35*(1), 231–248. https://doi.org/10.1108/APJML-08-2021-0583

Etter, M., Colleoni, E., Illia, L., Meggiorin, K., & D'Eugenio, A. (2018). Measuring Organizational Legitimacy in Social Media: Assessing Citizens' Judgments With Sentiment Analysis. *Business & Society*, *57*(1), 60–97. https://doi.org/10.1177/0007650316683926

Fu, J., & Yang, Y. (2025). The Role of Dialogic Crisis Communication Strategy in Repairing Organizational Reputation: A Moderated Mediation Model. *Management Communication Quarterly*, *39*(4), 655–680. https://doi.org/10.1177/08933189251322907

Gomez, L. M. (2021). The State of Social Media Research in CSR Communication. In *The Palgrave Handbook of Corporate Social Responsibility* (pp. 577–598). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42465-7_66

Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2018). Community Social Capital and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, *152*(3), 647–665. https://doi.org/10.1007/s10551-016-3335-z

Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, *30*(3), 435–464. https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125

KarirJepang. (2025, February 13). *Jumlah Pekerja Migran Indramayu Melonjak Drastis pada 2025, Disnaker Soroti Isu Ilegal*. KarirJepang.Id.

Karolina, R., & Vinda, M. S. (2025). Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) PFPreneur dalam Pemberdayaan Perempuan. *The Commercium Jurnal Ilmu Komunikasi*, *09 No. 03*.

Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, *28*(1), 21–37. https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00108-X

Kim, K. H., Xu, H., & Rim, H. (2024). "We Care About How You Dialogue With Your Employees:" The Effects of Bottom-Up CSR Through the Lens of Dialogic Communication. *Journal of Public Relations Research*, *36*(3), 258–282. https://doi.org/10.1080/1062726X.2023.2215886

Lane, A. B. (2020). The dialogic ladder: Toward a framework of dialogue. *Public Relations Review*, *46*(1), 101870. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101870

Lane, A. B., & Bartlett, J. L. (2016). Why Dialogic Principles Don't Make It in Practice— and What We Can Do About It. *International Journal of Communication*, *10*, 1–21.

Lim, J. S., & Jiang, H. (2024). How Perceptions of Dialogic Communication and Authenticity of CSR Communication Lead to Trust and Brand Loyalty Through Online Brand Community Engagement Intention. *Journal of Public Relations Research*, *36*(3), 233–257. https://doi.org/10.1080/1062726X.2023.2253941

Luthfiyah, S. N. A., & Rizki, V. L. (2024). Community Empowerment through Sustainable Development Goal (SDGS) Village Program. *International Journal of Accounting and Management Research*, *5*(2), 67–76. https://doi.org/10.30741/ijamr.v5i2.1407

Mogaji, E., Hinson, R. E., Nwoba, A. C., & Nguyen, N. P. (2021). Corporate social responsibility for women's empowerment: a study on Nigerian banks. *International Journal of Bank Marketing*, *39*(4), 516–540. https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2020-0195

Morsing, M., & Schultz, M. (2008). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, *15*, 324–338.

Muliana, Y., & Muslikhah, A. (2026). Sagari Berdikari as a Community-Based Social Innovation: Integrating Sustainable Mango Agriculture, Circular Economy, And Women Empowerment in Indramayu, Indonesia. *International Journal of Social Science and Human Research*, *09*(09). https://doi.org/10.47191/ijsshr/v9-i9-74

Muliana, Y., Muslikhah, A., Fajar, R., & Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Balongan, P. (2025). *Dari Mangga ke Keberlanjutan: Implementasi Program Primadona Berdaya dalam Menciptakan Circular Ekonomy di Desa Sliyeg Lor, Indramayu Melalui Integrasi Pengelolaan Sampah dan Pertanian Berkelanjutan* (Vol. 6, Number 2). https://doi.org/10.30872/ls.v6i2.5759

Natalie, N. Q., & Simone, L. (2024). The Participatory Index of Women's Empowerment: development and an application in Tunisia. *Oxford Development Studies*, *52*(1), 54–73. https://doi.org/10.1080/13600818.2023.2270437

Nur, S. (2019). Pemberdayaan Perempuan Untuk Kesetaraan; Meningkatan Partisipasi dalam Pembangunan Lingkungan Hidup. *AN-NISA*, *10*(1), 99–111. https://doi.org/10.30863/annisa.v10i1.388

Priyanka, C., & Jha, M. (2023). Corporate social responsibility and women's empowerment: evidence from India. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, *29*(1), 65. https://doi.org/10.1504/IJICBM.2023.130925

PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal Blongan. (2026). Comdev Laporan Pelaksanaan Program 2026 IT Balongan. *PT Pertamina Patra Niaga Regional Jawa Bagian Barat.*

Rahmawati, R., Febrina, I., & Hendrawan, H. (2026). Implementation of Corporate Social Responsibility of Pertamina Geothermal Energy Kamojang Area through the Mekarsari Women Farmers Group. *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, *4*(3), 1–11. https://doi.org/10.61194/ijcs.v4i3.998

Schoeneborn, D., Golob, U., Trittin-Ulbrich, H., Wenzel, M., & O'Connor, A. (2024). CSR Communication and the Polarization of Public Discourses: Introduction to the Special Issue. *Management Communication Quarterly*, *38*(4), 751–774. https://doi.org/10.1177/08933189241268503

Taufiq, A., Palimin, P., Rahmanto, A. N., & Kartono, D. T. (2024). Empowering local communities: CSR communication strategies and NGO engagement in the Indonesian oil and gas sector. *Communitas*, *29*, 95–112. https://doi.org/10.38140/com.v49i.8542

Viererbl, B., & Koch, T. (2022). The paradoxical effects of communicating CSR activities: Why CSR communication has both positive and negative effects on the perception of a company's social responsibility. *Public Relations Review*, *48*(1), 102134. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102134