- Mengurus hal-hal yang terkait dengan operasional di Roemah Martha Tilaar
- Mengurus legalitas dan perijinan yang berkaitan dengan Roemah Martha Tilaar

f. Keamanan

- Menjaga keamanan lingkungan sekitar Roemah Martha Tilaar baik selama pelaksanaan kegiatan maupun hari-hari biasa di Roemah Martha Tilaar
- Memastikan ketertiban yang terjadi di Roamah Martha Tilaar

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Roemah Martha Tilaar merupakan bentuk perwujudan cita-cita Ibu Wulan Tilaar sebagai cerminan rasa bakti beliau terhadap Ibunya (Martha Tilaar) yang mempunyai keinginan besarnya membangun kota kelahirannya. Hal ini menjadikan Roemah Martha Tilaar menjalankan fungsinya sebagai community relations berjalan dengan baik. Terdapat beberapa hal yang saling berkesinambungan yaitu Roemah Martha Tilaar, masyarakat (komunitas) dan stekeolders terkait. Pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan dan memaparkan hasil reduksi data yang telah enulis lakukan dan selanjutnya akan dilakukan

analisis terkait bentuk-bentuk kegiatan community relations yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar.

Penulis akan mengambangkan dan membahas data yang nantinya akan melewati proses pemilihan data berdasarkan kebutuhan dan kecocokan yang terdapat pada kerangka pemikiran penulis. Data yang akan digunakan oleh penulis berasal dari data observasi, wawancara, dan penulusuran melalui facebook, instagram, twitter dan website resmi Roemah Martha Tilaar. Data pelengkap diperoleh dari hasil wawancara kepala pengelola, local representative, dan bendahara Roemah Martha Tilaar serta perwakilan dari komunitas yang terjalin dalam program kegiatan community relations Roemah Martha Tilaar. Adapun tujuan dari observasi ini merupakan terdapat suatu harapan agar dapat mendalami objek penelitian untuk mecapai permasalahan penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan wawancara.

A. Analisis Implementasi Community Relations di Roemah Martha Tilaar

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber, terdapat hasil fakta-fakta yang di peroleh dari pelaksaan community relations di Roemah Martha Tilaar Gombong, Kebumen. Penerapan community relations di tempuh melalui program kegiatan, festival, pameran dan pertunjukan seni oleh Roemah Martha Tilaar. Hal ini tentu saja akan memberikan dampak atau manfaat yang akan dirasakan langsung oleh komunitas yang ikut tergabung dalam program dan kegiatan yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar. Selain itu, dampaknya juga dapat dirasakan oleh Roemah Martha Tilaar sendiri. Berdasarkan hasil wawancara baik itu secara langsung, *telephone,* maupun *chat* dan juga observasi yang telah dilakukan, penulis akan melakukan gambaran saat berlangsungnya aktivitas community relations yang terjadi di Roemah Martha Tilaar mulai dari awal berdiri hingga sekarang ini.

Menurut Jerold dalam Yosal (2004:20) community relations merupakan “program pengembangan komunitas yang melalui berbagai upaya untuk

kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas". Program pengembangan yang dimaksudkan juga terdapat dalam program community relations yang telah dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar baik terhadap komunitas, UMKM, maupun masyarakat sekitar Roemah Martha Tilaar. Kegiatan community relations sendiri berawal dari tujuan Roemah Martha Tilaar di dirikian yaitu sebagai penjembatan, tempat berkumpul, dan menjadi rumah kegiatan bersama dan mempunyai tujuan yang sama yaitu memajukan kota Gombong, Kebumen, hal ini diperkuat dengan pernyataan berikut:

(DATA 1)

"*... Punya satu cita-cita itu dan kita gabungin disitu saling berjejaring sehingga kalau suatu saat mereka punya acara atau salah satu dari mereka punya event bisa saling melibatkan. Jadi sebenarnya fungsi dari RMT sendiri jadi sebuah jembatan antara komunitas ke komunitas, masyarakat ke komunitas, komunitas ke masyarakat, dinas ke komunitas yang kadang sering ada miss.*" *(Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)*

Menjadi penjembatan dan sebagai tempat berjejaring bagi komunitas merupakan fungsi dari Roemah Martha Tilaar dan menjadi bagian dari visi dan misinya. Banyak seniman muda Kebumen yang mempunyai kreativitas akan tetapi tidak bisa mengembangkan dan tidak mempunyai tempat agar bakat dan kreativitas mereka dapat disalurkan. Maka dari itu Roemah Martha Tilaar sengaja di bangun agar bermanfaat bagi banyak orang dan salah satunya difungsikan untuk mengatasi keresahan-keresahan yang ada. Berikut pemaparan dari narasumber:

(DATA 2)

"Yaitu karena sebenarnya kita satu visi. Ada banyak anak muda yang punya kreativitas tapi tidak punya wadah, makanya dengan adanya RMT kita harapkan bisa menginsipirasi mereka, ada semangat

enterpernuer juga."(Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Roemah Martha Tilaar sebagai tempat berjejaring bagi para komunitas yang berada di daerah Gombong, Kebumen merupakan salah satu tujuan program community relations dijalankan. Roemah Martha Tilaar sebuah rumah yang didedikasikan oleh seorang anak manusia dari Gombong untuk masyarakat Gombong sebagai rumah bersama, rumah pemberdayaan, serta menjadi rumah tempat berkumpulnya komunitas di daerah Gombong dan sekitarnya. Perkembangan Roemah Martha Tilaar yang begitu signifikan dari sejak awal berdirinya hingga saat ini tidak lain adalah hasil kerjasama dan usaha sang pendiri, para team Roemah Martha Tilaar Gombong, komunitas, dan masyarakat sekitar. Hal ini juga berdasarkan tujuan awal diberdirikan sebagai tanggung jawab sosial mengenai kesejahteraan masyarakat Gombong dan sekitarnya.

Banyaknya implementasi kegiatan Roemah Martha Tilaar yang telah dilakukan, mulai dari kegiatan kolaborasi dengan UMKM (brandstart), kegiatan dengan komunitas (Pandan, Ngangsu Kawruh, serta festival), dan kerjasama dengan masyarakat sekitar. Beberapa kegiatan *community relations* tersebut telah sedikit dijabarkan dalam BAB sebelumnya (BAB III). Pada BAB sebelumnya telah dijelaskan bahwa terdapat banyak program *community relations* yang telah di laksanakan oleh Roemah Martha Tilaar. Pada program kolaborasi Roemah Martha Tilaar dengan UMKM yaitu program brandstart. Pemberian materi pada program ini berupa pembuatan business plan, membangun merek dagang, pembuatan SOP dan lain sebagainya yang prosesnya dilakukan secara tatap muka di Roemah Martha Tilaar dan menggunakan metode personal clinic. Program Brandstart ini mempunyai berbagai rangkaian agenda kegiatan didalamnya dimulai dari pemberian pembekalan materi hingga sampai tahap evaluasi.

Kegiatan *community relations* Roemah Martha Tilaar bekerjasama dengan komunitas dan menjadikan komunitas sebagai pemeran utama dalam pelaksanaannya. Beberapa contoh kegiatannya berupa Pandan. Program Pandan

ini merupakan program baru dari Roemah Martha Tilaar yang dibuat atas dasar keprihatinan Roemah Martha Tilaar melihat fenomena di suatu desa yang bernama Grenggeng penghasil anyaman pandan yang terlihat seperti akan punah. Program Pandan ini bertujuan membangun kembali budaya menganyam dan memajukan anyaman tidak hanya menganyam slepen tetapi sampai tahap pembuatan tas, dompet hingga kerajinan anyaman lainnya. Kemudian, program pandan ini juga akan diberikan out put berupa buku pandan.

Program selanjutnya yaitu "Nangsu Kawruh", program ini tidak lain adalah program workshop, seminar ataupun diskusi yang membahas tentang pariwisata dan seni budaya. Seperti program Roemah Martha Tilaar lainnya, program Ngangsu Kawruh ini juga menggandeng komunitas atau sebuah kelompok dari "mpok darwis"(kelompok sadar wisata). Salah satu program Roemah Martha Tilaar dengan komunitas yaitu dalam bentuk festival-festival seperti "pesta kriya", festival cap go meh, festival dolanan tradisional dan lain-lain. Selain dengan komunitas, Roemah Martha Tilaar juga tidak lupa melakukan beberapa program yang ditujukan untuk masyarakat sekitar dan dengan tetap kolaborasi dengan komunitas. Sehingga Roemah Martha Tilaar bersama dengan komunitas ikut serta dalam mensejahterakan masyarakat ataupun lingkungan sekitar.

Sekian banyak program *community relations* yang dibentuk dan dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar. Hampir semua program yang dilaksanakan menghasilkan out-put yang positif, akan tetapi tentu saja tidak ada yang sempurna bahkan pada program Roemah Martha Tilaar. Dari sekian banyak program yang telah terlaksana terdapat satu program yang dianggap kurang berhasil yaitu program "bening jiwa". Program yang sengaja dibuat untuk menangani ataupun mengurangi tingkat stress yang dirasakan oleh warga sekitar akibat rutinitas kegiatan sehari-sehari. Oleh sebab itu, Bening Jiwa diciptakan untuk menangani hal tersebut, akan tetapi tidak sesuai dengan apa yang diprediksi oleh Roemah Martha Tilaar. Warga sekitar Roemah Martha Tilaar ternyata tidak memerlukan hal-hal seperti yang ada dalam program Bening Jiwa dengan kata

lain program ini kurang cocok dan dianggap gagal dalam pelaksanaannya. Hal ini membuat Roemah Martha Tilaar memerlukan evaluasi dalam setiap program yang telah dilaksakan dan kemudian hasil dari evaluasi tersebut akan berdampak pada program tersebut baik itu pembaharuan program ataupun penghapusan program.

Community relations yang telah dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar memberikan dampak yang cukup signifikan. Dampak ini dapat dirasakan baik oleh Roemah Martha Tilaar sendiri maupun bagi komunitas dan lingkungan sekitar. Dari pihak Roemah Martha Tilaar merasakan inisiasi dalam membuat ataupun menjalankan program jauh lebih besar saat ini dibandingankan pada saat awal berdirinya Roemah MarthaTilaar. Dari kaca mata pihak Roemah Martha Tilaar selain menambah jejaring dampak yang ditimbulkan dari program-program *community relations* yang dijalankan, komunitas juga lebih percaya diri akan komunitasnya sendiri. Menjadikan komunitas-komunitas tersebut dapat membuat atau menjalakan program di luar Roemah Martha Tilaar. Dampak yang dirasakan oleh komunitas sendiri bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar cukup memberikan dampak yang positif bagi tiap-tiap komunitas yang mengikuti programnya. Kegiatan *community relations* yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar bersama dengan komunitas yang mengikuti membuat komunitas tersebut menjadi berkembang. Selain itu, komunitas juga dapat lebih mandiri dan mendapatkan jejaring yang lebih luas lagi dibandingkan sebelumnya.

Selain dampak yang cukup positif dirasakan oleh berbagai pihak yang terkait, jauh dibalik semua itu juga trdapat hambatan-hambatan yang dilalui didalamnya. Pada awal didirikannya, Roemah Martha Tilaar mempunyai beberapa kendala salah satu diantaranya yaitu tentang image kosmetik. Tidak heran beberapa orang yang datang memiliki tujuan yang berbeda dari yang diharapkan oleh Roemah Martha Tilaar sendiri. Pada saat itu orang-orang datang mengunjungi Roemah Martha Tilaar dengan tujuan mencari tempat spa ataupun salon kecantikan. Selain itu hal yang mendasar yang dianggap sebagai tantangan lainnya yaitu mengenai variabel-variabel terkait pendiri Roemah Martha Tilaar sendiri yaitu Ibu Martha Tilaar. Terdapat beberapa hal dari Ibu Martha yang

secara tidak langsung mempengaruhi masyarakat sekitar tentang pandangannya terhadap Roemah Martha Tilaar. Masyarakat sekitar berpikiran bahwa Ibu Martha hanya menjalankan bisnisnya dengan berkedok museum ataupun rumah bersama. Beberapa hal diatas merupakan hambatan yang pernah terjadi saat menjala program *community relations* di Roemah Martha Tilaar, akan tetapi hambatan tersebut lambat laun perlahan tapi pasti sekarang ini dapat teratasi.

Dari hasil temuan data sebelumnya, peneliti mengidentifikasi implementasi *community relations* yang dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar. Adapun fokus kegiatan yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar yaitu mengacu pada visi dan misi Roemah Martha Tilaar dimana menginginkan rumah ini menjadi rumah pemberdaya dan menjadi rumah bersama. Sehingga semakin banyak banyak orang ataupun komunitas yang berdatangan dengan tujuan positif berarti semakin baik. Untuk lebih jelasnya analisis ini akan dijabarkan secara lebih luas lagi dalam bab ini oleh sang penulis.

Implementasi community relations di setiap lembaga dapat menghasilkan out put yang berbeda-beda tergantung dari berbagai hal dan aspek yang mempengaruhinya. Out put tersebut pun dapat mempengaruhi lembaga yang mempraktekkan community relations tersebut. Seperti hal nya yang terjadi di Roemah Martha Tilaar terkait implementasi community terhadap pelaksanaan kegiatannya. Sebelum membahas implementasi community relations di Roemah Martha Tilaar, penulis akan membahas community relations-nya terlebih dahulu kemudian program-program yang terkait dan di ikuti oleh manfaat dan tujuan serta implementasi terkait community relations di Roemah Martha Tilaar.

Community relations menurut Yosal (2012: 20-22) dari ungkapan staf *community relations* menjelaskan komunitas bukan lagi sekedar kumpulan orang yang tinggal pada lokasi yang sama tapi juga menunjukan terjadinya interaksi diantara kumpulan orang tersebut. Selain karena faktor-faktor fisik yakni komunitas yang tinggal di daerah Gombong, Kebumen atau dalam kata

lain tinggal dilokasi yang sama, komunitas itu juga bisa merupakan unit sosial yang terbentuk lantaran adanya interaksi diantara mereka. Hal ini juga tidak lain karena salah satu dari campur tangan Roemah Martha Tilaar. Dengan kata lain, komunitas itu bukan hanya menunjuk pada lokalitas saja melainkan juga pada struktur.

Roemah Martha Tilaar sebagai suatu lembaga yang melaksanakan *community relations,* berusaha selalu menjaga hubungan baik dengan komunitas. Interaksi berupa program *community relations* yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar jumlahnya tidak sedikit, seperti yang telah dijelaskan pada penemuan bab III dan telah sedikit dibahas lagi pada awal bab ini. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Gregory (2004:104) dimana *Community relations* adalah hubungan publik yang memfokuskan diri pada komunitas yang berkaitan dengan keberlangsungan suatu lembaga. Dari kedua pengertian diatas merujuk pada interaksi atau hubungan baik antara suatu lembaga dengan suatu komunitas.

Roemah Martha Tilaar telah memiliki program yang dilaksanakan mulai dari awal berdirinya hingga terus bertambah dan berkembang hingga saat ini. Program-program tersebut terlahir berdasar dari kebutuhan yang muncul baik itu berasal dari lingkungan sekitar, komunitas, maupun kehendak Roemah Martha Tilaar yang menginginkan kesejahteraan untuk masyarakat sekitar, UMKM, dan komunitas. Melalui program-programnya Roemah Martha Tilaar dapat mengimplementasikan kegiatan *community relations* didalamnya. Pada BAB ini penulis akan sedikit membahas lagi tentang pelaksanaan program di Roemah Martha Tilaar, berikut program di Roemah Martha Tilaar terkait implementasi *community relations* didalamnya :

1. Brandstart

   Brandstart merupakan sebuah program pendampingan pengembangan merek UMKM Kebumen yang dilaksakan oleh Roeamah Martha Tilaar. Dalam program pendampingan ini Roemah Martha Tilaar bekerjasama dengan Gambaran Brand sebuah branding agency dari Jakarta dan telah

diikuti oleh 30 peserta UMKM dari 40 pendaftar sejak tahun 2016[17]. Program brandstrart ini merupakan salah satu kemajuan bagi lembaga independent/ swasta seperti Roemah Martha Tilaar, dimana terdapat sebuah kolaborasi yang cukup baik antara pemerintah dan swasta. Hal ini di perkuat dengan pernyataan oleh kepala pengelola Roemah Martha Tilaar :

(DATA 3)

"Kami sendiri(Roemah Martha Tilaar) mempunyai hubungan yang cukup baik dengan pemerintah, yaitu dengan program kerjasama dengan UMKM di daerah Kebumen…" (Wawancara Alona Novensa Santhio Kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Pada Program Brandstart ini terdapat berbagai rangkaian agenda kegiatan didalamnya dimulai dari pemberian pembekalan materi hingga sampai tahap evaluasi. Pemberian materi berupa pembuatan business plan, membangun merek dagang, pembuatan SOP dan lain sebagainya yang prosesnya dilakukan secara tatap muka di Roemah Martha Tilaar dan mrnggunakan metode personal clinic. Dalam setiap pertemuan program brandstart ini, peserta akan diberikan tugas-tugas yang kemudian didiskusikan lewat aplikasi pesan (WhatsApp) group. Setelah didiskusikan, kemudian dilakukan tahap evaluasi pada pertemuan bulan selanjutnya. Berikut beberapa hasil produk serta dokumentasi kegiatannya :

[17] http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 15 Maret 2019)

Gambar 3.1(kegiatan Brandstart Roemah Martha Tilaar)
(http://www.roemahmarthatilaar.org/views/galeri/files/DSCF1184.JPG?fit=600%2C450)

Program brandstart ini telah melahirkan festival yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali berupa festival pesta Kriya. Pesta kriya mempunyai konsep kegiatan dimana pembuatan sebuah pameran yang memadukan unsur promosi, edukasi dan rekreasi. Dalam pesta Kriya ini terdapat beberapa rangkaian acara yaitu menampilkan produk-produk kerajinan, agro, fashion, kuliner hingga teknologi. Selain pameran produk, beragam acara menarik dan bermanfaat turut memerihkan Pesta Kriya 2016 diantaranya: Talk show tentang Branding, English class for Entrepreneur, Hiburan Ebleg Ngisor Nggayam, Catlover Contes, Senam Sehat Bersama, Work Shop Kerajinan dan kegiatan sharing ilmu lainnya[18].

Pada Pesta Kriya tahun 2018, kata Anissa para pengisi stand memang diseleksi dan mendapat pendampingan khusus untuk merancang isi dan tata tampilnya[19]. Selain itu, Pesta Kriya pada tahun 2018 ini memberi penekanan lebih besar pada aspek edukasi dan pembangunan apresiasi masyarakat terhadap produk lokal dan terhadap dunia wirausaha menurut Alona (Marketing communications RMT)[20].

Dalam program ini diharapkan dapat memberdayakan serta membangun perekonomian masyarakat Kebumen seperti yang tercantum

[18] http://m.kabarkebumen.com/web/read/1202/pesta.kriya.segera.digelar (diakses, 15 Maret 2019)
[19] https://www.suaramerdeka.com/news/baca/126761/pesta-kriya-2018-jadi-ajang-belajar-dan-apresiasi-wirausaha-lokal (diakses 16 Maret 2019)
[20] https://www.suaramerdeka.com/news/baca/126761/pesta-kriya-2018-jadi-ajang-belajar-dan-apresiasi-wirausaha-lokal (diakses 16 Maret 2019)

dalam visi dan misi Roemah Martha Tilaar. Hal ini terbukti dalam salah satu berita Martha Tilaar Group dimana telah diakui oleh peserta pameran, peningkatan omset dan jejaring yang mereka dapatkan cukup sinifikan. Salah satu peserta pameran adalah Hartanto, petani gula semut dari daerah Sempor. Ia mengungkapkan kegembiraannya dapat bergabung dengan acara Pesta Kriya karena mendapat kesempatan untuk mengenalkan produk gula semut kepada masyarakat luas[21].

Program brandstart ini menjadi salah satu program unggulan Roemah Martha Tilaar yang mengimplementasikan kegiatan *community relations* didalamnya, dimana Roemah Martha Tilaar sebagai lembaga yang ikut serta dan berkesinambungan dalam membina UMKM demi keuntungan kedua belah pihak.

2. Serambi belajar

Serambi Belajar merupakan program community relations yang lebih diperuntukan bagi siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA di wilayah Kebumen dan sekitarnya. Program ini menjadi salah satu bentuk kontribusi Roemah Martha Tilaar bagi kemajuan pendidikan di wilayah Kabupaten Kebumen dan sekitarnya. Kegiatan pembelajaran ini dikemas sedemikian rupa secara kreatif agar dapat menggugah minat siswa untuk terlibat secara aktif dalam mengenal lingkungannya, menumbuhkan rasa bangga terhadap kelokalan dan seisinya, serta menjalin kerjasama maupun kemandirian bagi setiap individu peserta yang mengikuti kegiatan serambi belajar. Telah disediakan empat tema dalam kegiatan serambi belajar ini, berikut temanya: Mengenal Tanaman Obat, Konservasi Alam, dan Pengolahan Sampah, Sejarah dan Budaya, Kewirausahaan. Sarana kegiatan yang digunakan beragam, isi dan format disesuaikan dengan kelompok umur dan tema yang dipilih ; Cerita Boneka, Praktek (pengolahan tanaman obat, pemilahan sampah dll.), Kuis dan Games, Obser vasi Lapangan, Pemutaran Film Pendek,

[21] http://www.marthatilaargroup.com/detail/id/282/diikuti-oleh-puluhan-ukm,-pesta-kriya-roemah-martha-tilaar-optimis-stimuli-perekonomian-gombong (diakses, 16 Maret 2019)

Presentasi dan Dialog. Berikut beberapa sekolah yang telah melakukan program ini selama tahun 2017 :

SDN 2 Kutosari Kebumen, SDN 1 Janegara Sempor, TK PGRI Kedungbulus Prembun, SMP Pius Bhakti Utama Kebumen, SD IT Al Madina Kebumen, SMA Tarakanita Serpong, SD IT Ulil Albab Kebumen, SDN 2 Gombong.[22]

Pada program kegiatan serambi belajar ini telah disediakan paket bagi yang ingin mengikutinya, dikenakan biaya sebesar Rp. 10.000/anak untuk tingkat TK/SD sedangkan untuk tingkat SMP/SMA akan dikenakan biaya sebesar Rp. 15.000/anak.[23]

Gambar 3.2 (Kegiatan Serambi Belajar di Roemah Martha Tilaar)
(http://www.roemahmarthatilaar.org/views/galeri/files/IMG_20170608_091008.jpg?fit=400%2C330)

Kegiatan serambi belajar ini menjadi sebuah kegiatan edukatif yang berpusat di Roemah Martha Tilaar. Kegiatan ini dikemas secara kreatif guna menggugah minat siswa di lingkungan Roemah Martha Tilaar untuk terlibat secara aktif. Kegiatan ini sebagai salah satu wujud nyata sumbangsih Roemah Martha Tilaar terhadap edukasi lingkungan sekitar terkait kegiatan *community relations*.

3. Kelas berbagi

---

22 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 21 Maret 2019)

23 https://www.trianiretno.com/2018/08/roemah-martha-tilaar-museum-budaya-gombong.html (diakses, 21 Maret 2019)

Selain kedua program diatas, Roemah Martha Tilaar juga melaksakan Kelas Berbagi sebagai salah satu bentuk implementasi *community relations.* Kelas Berbagi sendiri merupakan program yang diadakan selama bulan ramadhan ini merupakan sebuah workshop mini dengan mengundang narasumber dari para pelaku usaha mikro dan kecil.

Pada tahun 2015, Roemah Martha Tilaar melakukan program yang diberi nama Kelas Berbagi. Program yang diadakan selama bulan ramadhan ini merupakan sebuah workshop mini dengan mengundang narasumber dari para pelaku usaha mikro dan kecil. program ini kemudian terus berlangsung hingga pada bulan ramadhan tahun 2017, kelas berbagi mulai diadakan pada tanggal 8 sampai 18 juni.[24] Beberapa materi yang di isikan mulai dari pengolahan tanaman obat, kuliner, fashion, hingga kerajinan.

Selain pada bulan ramadhan tahun 2017, pada tahun 2018 Roemah Martha Tilaar juga menggelar kelas berbagi dengan memperbanyak tema yang disajikan seperti kerajinan, kuliner, public speaking hingga Bahasa Inggris. Pada ramadhan tahun lalu 2018, diberikan materi tentang kue lebaran berupa kue biji ketapang yang empuk dan renyah telah dibagikan ilmunya. Untuk materi pelatihan pembuatan kue lebaran disampaikan langsung oleh Sri Suharti yang tidak lain merupakan pemilik Griya Kuliner Pawon SR.[25]

4. Program Jelajah pusaka Gombong

Program jelajah pusaka Gombong sudah dimulai sejak pada awal tahun 2017, sudah terdapat puluhan kelompok yang mengikuti program jelajah pusaka Gombong ini, mulai dari kalangan media, akademisi, peminat sejarah serta para wisatawan umum. Program yang berawal dari

---

[24] http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 21 Maret 2019)

[25] http://www.kebumenekspres.com/2018/06/kelas-berbagi-warnai-kegiatan-ramadhan.html (diakses, 25 Maret 2019)

Lokalah Pemetaan Budaya dan Jelajah Pusaka yang diadakan pada bulan April 2016 bekerjasama dengan Urban Rural Design Center Fakultas Teknik Arsitektur Universitas Sebelas Maret Solo.[26] Workshop yang diikuti oleh belasan pelajar SMA di Gombong tersebut telah menghasilkan peta protope yang kemudian didalami, dikembangkan serta diuji cobakan terhadap masyarakat umum.

Pada dasarnya, program jelajah pusaka Gombong ini berisikan kegiatan yang mengajak kita menyusuri kota Gombong dengan berjalan kaki dan di dampingi oleh dua orang pemandu yang akan menyampaikan sejarah kota dan situs yang dikunjungi. Durasi wisata akan berlangsung antara 4 – 5 jam dengan jarak tempuh total sekitar 3 km serta dengan jumlah minimum peserta yaitu 5 orang.[27] Tempat-tempat yang dituju yaitu tempat bersejarah berupa rumah tinggal, sekolah, pabrik dan makam serta situs-situs penting yang memiliki nilai sejarah.

Terdapat dua paket jelajah pusaka Gombong yang ditawarkan oleh Roemah Martha Tilaar yaitu paket A (jalur barat) dan paket B (jalur timur) dan dikenakan biaya mulai dari Rp. 125.000 hingga Rp. 200.000.[28] Berikut rute wisata atau jalur tempat yang ditawarkan dan dituju :

a. Paket A (Jalur Barat)

Gedung Tjung Hwa Tjung Hwee - Pabrik Papir dan Rokok Klembak Menyan - Klenteng Hok Tek Bio – Europese School – Kherkof (Makam

---

26 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 22 Maret 2019)

27 http://www.roemahmarthatilaar.org/index.php?model=paket&action=showpaket&hd=16&paket=2 (diakses, 22 Maret 2019)

28 https://www.trianiretno.com/2018/08/roemah-martha-tilaar-museum-budaya-gombong.html (diakses, 22 Maret 2019)

Belanda) – Rumah Sakit Tentara – Gereja Kristen – Kawasan Militer Belanda (+ Benteng Van Der Wijck**).[29]

b. Paket B (Jalur Timur)

Rumah Saudagar – Gedung Misi Kristen – Christenlijke Javanse School - Makam Mbah Giombong – Perumahan Amtenaar – Societeit (Gereja Katolik) – Sekolah Kartini (Van Deventer) – Markas Marsose – Kantor Kawedanan Gombong – Sekolah Ongko Loro.[30]

Gambar 3.3 (Perjalanan dalam Jelajah Pusaka Gombong Roemah Martha Tilaar) (http://www.roemahmarthatilaar.org/views/galeri/files/13329518_1421319254560166_6969847436817115692_ao.jpg?fit=1024%2C683)

Program jelajah pusaka Gombong ini berisikan kegiatan yang mengajak kita menyusuri kota Gombong dengan berjalan kaki dan di dampingi oleh dua orang pemandu yang akan menyampaikan sejarah

29 http://www.roemahmarthatilaar.org/index.php?model=paket&action=showpaket&hd=16&paket=2 (diakses, 25 Maret 2019)

30 http://www.roemahmarthatilaar.org/index.php?model=paket&action=showpaket&hd=16&paket=2 (diakses, 25 Maret 2019)

kota dan situs yang dikunjungi. Program ini merupakan salah satu bentuk program *community relations* yang berlangsung di Roemah Martha Tilaar.

5. Program Ruang

Seperti dalam citra yang diharapkan bagi Roemah Martha Tilaar dan ingin di wujudkan dengan program-program community relations yang disusun, program kegiatan yang disebut Ruang ini juga menjadi salah satunya. Seperti yang dikatakan oleh Local Representatif Roemah Martha Tilaar:

(DATA 4)

"Rumah kita. Bahwa kami ingin RMT menjadi rumah kita. Artinya bahwa rumah ini, semua orang merasa memiliki, semua orang merasa memiliki hak untuk menggunakan dan merawat ruang ini untuk kegiatan-kegiatan demi kebaikan masyarakat luas." (wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)

Program Ruang merupakan perangkat diskursif yang disediakan oleh Roemah Martha Tilaar untuk mengakomodir kebutuhan warga akan perbincangan isu-isu aktual[31]. Hal-hal yang dibicarakan di bawah naungan program ini merentang dari isu mengenai lingkungan hidup, sastra, sampai bisnis. Beberapa agenda yang dilakukan dalam program ruang ini berupa:

Membedah kawasan Karst Gombong Selatan Ir. Chusni Ansori, MT (Lab Geologi LIPI), mengenang kejayaan seni kethoprak Gombong, Bedah Kumpulan Puisi IPA dan Matematika Hadi Suroso (Pemenang Lomba Puisi Nasional), Parade Puisi Siswa (12 penampil) Mengundang siswa SMA/SMK menulis puisi, ekowisata Ade Cahyadi Setyawan

31 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses 10 maret 2019)

M.Hum., pelatihan Grafologi Dr. Don Sadono, bedah buku Anak Kolong Dr. Rusdian Lubis Business Talk bersama Bryan Tilaar.[32]

Selain di peruntukan bagi warga sekitar, program ruang ini juga tentu saja diperuntukan kepada komunitas-komunitas yang ingin mengikutinya. Program ruang ini sengaja disediakan untuk siapapun yang berniat menggunakan rumah ini sebagai tempat berekspresi dan melakukan kegiatan yang prositif. Hal ini, seperti yang telah dikatakan oleh narasumber dari Roemah Martha Tilaar:

(DATA 5)

" Program ruang itu kita menyediakan tempat disini siapapun komunitas yang mau ada acara atau mereka butuh ruang untuk berekspresi atau melakukan kegiatan kita bisa pinjemin disini, kita bisa asistensi untuk promosi, design terus juga untuk kegiatannya."(wawancara Annisa Qurani (Bendahara Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Program Ruang merupakan perangkat diskursif yang disediakan oleh Roemah Martha Tilaar untuk mengakomodir kebutuhan warga akan perbincangan isu-isu aktual[33]. Program yang sengaja di sediakan oleh Roemah Martha Tilaar sebagai merentang dari isu mengenai lingkungan hidup, sastra, sampai bisnis ini sebagai bentuk perwujudan berjalannya implementasi *community relations* dalam program Ruang Roemah Martha Tilaar.

6. Festival Cap Go Meh

Pada februari tahun 2017 Roemah Martha Tilaar menggelar festival Cap Go Meh yang merupakan bagian dari budaya Tahun Baru Cina belum pernah dirayakan di sini. Karena itulah, Festival Cap Go

---

32 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 26 Maret 2019)

33 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses 10 maret 2019)

Meh di Roemah Martha Tilaar ini akan menjadi festival perayaan Cap Go Meh pertama di Gombong.[34] Tujuan Fesval bukan semata-mata mengenalkan budaya Tionghoa sebagai salah satu pembentuk budaya nusantara, namun menggugah penghargaan masyarakat terhadap keragaman bangsa. Untuk mencapai tujuan tersebut,RMT secara tertulis menyampaikan undangan ke sekolah sekitar untuk dapat mendorong muridnya menghadiri acara tersebut. Festival yang berlangsung selama dua hari tersebut dihadiri lebih dari 1.500 pengunjung baik dari wilayah Kebumen dan Banyumas. Tahun 2017, Festival dijatuhkan bersamaan perayaan Cap Go Meh yaitu 11 -12 Februari 2017.

Gambar 3.4 (Seni Pertunjukan Ebeg pada Festival Cap Go Meh Roemah Martha Tilaar)

(http://www.marthatilaargroup.com/views/templates/marthatilaargroup_html/images_content/Roemah_Martha_Tilaar_Konsisten_Majukan_Gombong-2017.JPG)

Bentuk implementasi *community relations* Roemah Martha Tilaar pada Festival Cap Go Meh mengenai salah satu pengenalan budaya di

[34] http://www.marthatilaargroup.com/detail/id/154/rayakan-keragaman-budaya,-roemah-martha-tilaar-gelar-festival-cap-go-meh (diakses 26 Maret 2019)

Indonesia. Festival Cap Go Meh merupakan suatu program yang bukan semata-mata mengenalkan budaya Tionghoa sebagai salah satu pembentuk budaya nusantara, namun menggugah penghargaan masyarakat terhadap keragaman bangsa. Untuk mencapai tujuan tersebut, RMT secara tertulis menyampaikan undangan ke sekolah sekitar untuk dapat mendorong muridnya menghadiri acara tersebut.

7. Festival dolanan tradisional

Festival Dolanan Tradisional merupakan festival yang mengusung konsep membangkitkan lagi permainan-permainan zaman dahulu (tradisional) yang sempat tergeser oleh permain modern zaman sekarang ini. Festival ini menjadi kegiatan dimana Roemah Martha Tilaar berperan sebagai konseptor dan penyedia konten. Kemudian komunitas-komunitaslah yang banyak mendukung selama berjalannya kegiatan. Beberapa komunitas yag ikut bergabung memeriahkannya yaitu: Kelas Inspirasi Kebumen, Bengkel Mimpi, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sempor, Paguyuban Ngisor Gayam dan lain-lain. Kegiatan tahunan ini diadakan setiap akhir April di Roemah Martha Tilaar (RMT) Gombong. Untuk tahun 2017, Festival Dolanan diadakan pada hari Senin, 24 April 2017 mulai dari jam 08.00 – 17.00 WIB. Pengunjung sekitar 800an orang yang didominasi anak usia sekolah dari Gombong dan sekitarnya.[35] Pada tahun 2017 banyak ditampilkan pojok baca dan cerita boneka yang mengambil tema pelestarian lingkungan. Terdapat beberapa pengunjung yang menyarankan agar selanjutnya sarana edukasi lingkungan diperbanyak selain itu juga dilakukan aksi cinta lingkungan yang lebih nyata, misalnya gerakan penghijauan, pembagian bibit tanaman dan lain-lain. Festival ini juga telah menginspirasi desa dan komunitas untuk membuat kegiatan serupa. Beberapa tempat dan komunitas yang telah melakukan antara lain

35 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 27 Maret 2019)

Kebumen Muda, Fasiliator Muda Kebumen dan warga Desa Kinan Kecamatan Bocor, Kebumen.

Festival Dolanan Tradisional adalah festival yang mengusung konsep membangkitkan lagi permainan-permainan zaman dahulu (tradisional) yang sempat tergeser oleh permain modern zaman sekarang ini. Festival ini menjadi kegiatan dimana Roemah Martha Tilaar berperan sebagai konseptor dan penyedia konten. Kemudian komunitas-komunitaslah yang banyak mendukung selama berjalannya kegiatan. Festival ini menjadi suatu penerapan fungsi *community relations* yang dijalankan oleh Roemah Martha Tilaar dalam pelestarian budaya atau permainan tradisional serta kerjasama antar komunitas sebagai relawan pelaksana.

8. Pesta kriya

Pesta kriya merupakan hasil kolaborasi Roemah Martha Tilaar dengan Forum UMKM Online Kebumen dan tahun ini merupakan tahun ketiga. Konsep dari kegiatan pesta kriya adalah membuat sebuah pameran yang memadukan unsur promosi, edukasi dan rekreasi. Kegiatan ini memiliki tujuan mengenalkan produk-produk usaha skala mikro dan kecil di Kabupaten Kebumen kepada masyarakat luas. Karena itu setiap peserta pameran diminta tidak hanya memindahkan lapak akan tapi aktif membuka komunikasi dengan pengunjung untuk membangun brand mereka. Selain itu untuk stand tertentu dimungkinkan memberi kesempatan pada pengunjung untuk mencoba proses produksi, misalkan di stan pembuatan gerabah tanah liat, kerajinan bros dan lain-lain. Untuk membuat pengunjung semakin nyaman, disediakan zona kuliner yang juga di isi oleh pengusaha kuliner skala mikro dan kecil. Selain itu Pemerintah Daerah juga terlibat dengan membuka stand Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda). Untuk Pesta Kriya 2017 diadakan acara-acara pendukung sebagai penarik massa dan penghidup suasana antara lain : Lomba Menggambar dan Mewarnai, Lomba Hasta

Karya dan Lomba Modelling.[36]. Dalam hal ini telah terbukti bahwa imlementasi *community relations* di Roemah Martha Tilaar berjalan pada Pesta Kriya ini.

Pada saat peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber, peneliti menemukan beberapa kegiatan-kegiatan yang ikut relevan dalam *community relations* lain selain beberapa kegiatan diatas. Terdapat narasumber yang mencaritakan beberapa tentang kegiatan yang belum ataupun tidak dimasukkan kedalam media publikasi Roemah Martha Tilaar. Kegiatannya berupa Ngangsu Kwaruh, Jagatan, Pandan, dan P.A.C.E. Berikut beberapa kegiatan yang dimaksudkan:

9. Ngangsu Kwaruh

Ngangsu kwaruh merupakan bahasa Jawa yang berarti mencari ilmu. Program Ngangsu Kwaruh ini tidak lain adalah program workshop, seminar ataupun diskusi yang membahas tentang pariwisata dan seni budaya. Seperti program Roemah Martha Tilaar lainnya, program Ngangsu Kwaruh ini juga menggandeng komunitas atau sebuah kelompok dari "mpok darwis"(kelompok sadar wisata).

(DATA 6)

"Karena disinikan basicnya kaya pariwisata dan seni budaya, nah jadi biasanya kita sering ngadain seminar-seminar atau diskusi, workshop, itu untuk pengembangan ya itu bidang pariwisata dan seni budaya yang ada disekitar sini. Dan dari situ kita ngundang biasanya komunitas-komunitas lokal. Kalau temanya wisata ya kita undang dari mpok darwis (kelompok sadar wisata) yang ada di

[36] http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakse 27 Maret 2019)

Kebumen."(wawancara Annisa Qurani (Bendahara Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

10. Jagatan

Program Jagatan merupakan program pendampingan yang berhubungan dengan karya seni. Program ini berisikan tentang kolaborasi antara Roemah Martha Tilaar dengan komunitas seni lokal. Hasil yang keluar dari program tersebut berbentuk karya seni drama tari.

(DATA 7)

"……Program Jagatan (pendampingan karya seni) bikin drama tari kolaborasi dari RMT deng an komunitas seni lokal…" (wawancara Annisa Qurani (Bendahara Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

(DATA 8)

"...Kemudian ada program jagatan, ini kolaborasi antar seniman mulai dari seniman tari-tarian, theatrical, sinematography, kostum juga, yang nanti outputnya kita akan buat sebuah buku. Jadi isi ceritanya berdasarkan itu inspirasi yang didapatkan di Gombong dan Kebumen terus dibuat cerita seperti folklore dan terdapat cerita pendeknya juga jadi terdapat buku dan film pendek…"(Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Dari kolaborasi ini dapat menghasilkan program *community relations* yang dapat menguntungkan dari pihak Roemah Martha Tilaar, komunitas hingga para peserta program Jagatn ini.

11. Pandan

Program pandan merupakan program baru dari Roemah Martha Tilaar. Program ini dibuat atas dasar keprihatinan Roemah Martha Tilaar melihat fenomena di suatu desa yang bernama Grenggeng penghasil

anyaman pandan. Di desa ini pada zaman ke emasannya yaitu pada tahun 1930-1940 an dapat menghasilkan slepen (anyaman pandan yang siap dibentuk kedalam berbagai macam bentuk kerajinan) sebanyak kurang lebih antara 200 sampai 2000 slepen. Hal ini disebabkan hampir semua anak dari desa Grenggeng dapat menganyam, hingga terdapat sebutan "bukan anak dari desa Grenggeng namanya kalau tidak bisa menganyam". pada awalnya terdapat banyak permintaan slepen dari kota Tasik, Karena mereka tahu bahwa di desa Grenggeng tumbuhan pandan dapat tumbuh dengan kualitas yang baik dan dengan tenaga penganyam yang memenuhi pesanan.

(DATA 9)

> *"Terdapat desa Grenggeng di Kebumen penghasil pandan, ketika jaman keemasannya tahun 1930-1940-an itu menghasil slepen (anyaman dari pandan) satu harinya 2000 atau 200. Jadi memang sudah menjadi mata pencaharian orang sana, setiapa nak perempuan disana bisa menganyam."(Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)*

Pada akhir-akhir ini desa Grenggeng sudah kurang aktif lagi seperti dahulu dalam hal anyaman. Perubahan zaman dan teknologi yang mulai masuk menjadikan anak-anak Grenggeng lebih memilih bermain dengan *gadget* mereka dari pada menganyam. Warisan budaya menganyam yang diturunkan sejak zaman ke-emasannya kini mulai memudar.

Dalam hal ini Roemah Martha Tilaar berperan mengaktifkan kembali budaya menganyam itu dengan membuat program yang dinamakan Pandan dan bekerjasama dengan Heart of Spora yang merupakan sebuah komunitas pemberdayaan pengrajin lokal perempuan di pedesaan. Program Pandan ini bertujuan membangun kembali budaya menganyam dan memajukan anyaman tidak hanya menganyam slepen tetapi sampai tahap pembuatan tas, dompet hingga kerajinan anyaman lainnya. Kemudian, program pandan ini juga akan diberikan out put

berupa buku pandan. Hal ini dikarenakan tidak adanya buku yang membahas tentang pandan di Grenggeng. Buku ini nantinya akan menjadi salah satu arsip pemerintah dan sebagai buku bacaan. Seperti yang di tuturkan oleh marketing communications Roemah Martha Tilaar:

(DATA 10)

"…… melihat potensi daerah yang bagus ditanami pandan yaitu didaerah Greanggeng dan kemudian muncul kerajinan pandan di sini dan diolah sebagai kerajinan tas, dompet dan lainlain di Tasik. Tetapi yang diharapkan disini tidak hanya sebagai penyetok akan tetapi sebagai pelaku pembuat kreatifitas anyaman pandan. Nanti out putnya juga seperti program jagatan yaitu buku……"(Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Program pandan menjadi program baru dari Roemah Martha Tilaar. Program ini dibuat atas dasar keprihatinan Roemah Martha Tilaar melihat fenomena di suatu desa yang bernama Grenggeng penghasil anyaman pandan. Hal ini terkait dengan fungsi *community relations* dimana suatu lembaga harus ikut serta dalam peningkatan kepedulian sosial dan kesejahteraan lingkungan daerah Grenggeng.

12. P.A.C.E.

Program P.A.C.E. – Empowering Women merupakan program yang dilunculkan oleh GAP. The GAP sendiri merupakan sebuah perusahan asal Amerika Serikat yang bergerak dibidang industry retail (clothing Brand). Program P.A.C.E. ini sudah diluncurkan sejak tahun 2007. Program ini berisikan pengembangan pribadi dan peningkatan karir terhadap kaum wanita. Program ini didasarkan karena melihat banyaknya kaum wanita yang bekerja di sektor pembuatan pakaian akan tetapi sedikit yang memiliki kesempatan untuk maju ke posisi manajemen dan masih banyaknya yang tidak memiliki akses ke pendidikan atau pelatihan

keterampilan yang mereka butuhkan untuk pengembangan kepribadan dan professional mereka sendiri.[37]

Pada tahun 2018, Roemah Martha Tilaar dengan GAP melakukan program P.A.C.E. di beberapa sekolah didaerah Gombong. Pada awalnya Roemah Martha Tilaar menawarkan ke beberapa sekolah di Gombong untuk melakukan kerjasama dengan melakukan program P.A.C.E. ini, akan tetapi hanya dua sekolah yang apresiasinya ckup tinggi. Program ini dilaksankan dikedua sekolah yaitu SMP Purnama Sempor dan SMK Ma'arif Gombong. Dari Roemah Martha Tilaar sendiri terdapat trainer yaitu Bapak Sigit dan Mba Nisa yang mewakilinya dan juga terdapat trainer dari luar Roemah Martha Tilaar. Program ini dilaksakan setiap hari sabtu setelah pelajaran selesai.

(DATA 8)

"Untuk tahun 2018 sampe 2019 pertengahan kita punya keterikatan terhadap P.A.C.E untuk menjalan program tersebut ke sekolah-sekolah., jadi trainer dari kita sendiri terdapat pak Sigit dan Nisa, mereka kesekolah setiap hari sabtu seminggu sekali. Kalau untuk sekolah yang sudah mengikuti itu terdapat SMP Purnama Sempor dan SMK Maarif Gombong. Kita mengajak kerjasama dengan sekolah-sekolah dan yang mendapatkan apresiasi cukup tinggi itu dari dua sekolah tersebut. Program ini baru akan selesai pertengahan tahun ini."(Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Materi yang diberikan berupa sex educations, pendidikan mengenai karir serta hal-hal mengenai pemberdayaan perempuan. Materi yang diberikan dalam bentuk teori dan praktek yang diperagakan langsung oleh siswa. Respon dari para siswa sangat atusias, bahkan tidak hanya siswanya akan tetapi respon dari guru-gurunya pun begitu atusian dan penasaran dengan program yang di berikan.

[37] https://www.gapincsustainability.com/people/pace-changing-one-million-lives (diakses, 4 April 2019)

Program yang berisikan pengembangan pribadi dan peningkatan karir terhadap kaum wanita ini ikut serta dalam program *community relations* di Roemah Martha Tilaar. Dalam hal ini Roemah Martha Tilaar bertanggung jawab atas pendidikan kaum wanita di lingkungan sekitarnya sebagai salah satu bentuk penerapan *community relations* dalam bidang pendidikan.

13. Pameran sejarah Gombong

Pameran sejarah gombong merupakan sebuah hasil penelusuran sejarah Gombong berdasarkan bukti-bukti sejarah maupun ingatan dan cerita warga setempat. Proses penelusuran mendapatkan bantuan dari Lotte van der Voort, seorang peneliti dari Amsterdam Belanda.[38] Pameran ini berisikan diskusi yang dikuti oleh guru, budayawan, seniman, dan masyarakat umum Gombong. Kegiatan ini membahas sejarah lokal, artikel, foto-foto, dan artefak-artefak milik warga seperti Klewang KNIL, telepon, mesin ketik dan lain-lain.

14. Tembang Ukara

Kegiatan ini merupakan sebuah pagelaran kolaboratif beberapa bentuk kesenian tradisional Jawa yang diadakan oleh Roemah Martha Tilaar bekerjasama dengan Komunitas Seni Tradisional "Kalangan Macapatan". Selain para pegiat komunitas, Tembang Ukara juga melibatkan para siswa SDN Kalibeji, Sempor serta SMA Purnama Gombong.[39] Selain dari Tembang Ukara, komunitas Kalangan Macapatan bersama RMT juga telah dua kali melakukan pagelaran. pagelaran pertama adalah teatrikalisasi puisi bekerjasama dengan para pemain tea termuda Gombong. kemudian pagelaran yang kedua, pagelaran macapat Dras Sumunar karya Tetet Sri Wd.

---

38 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 28 Maret 2019)

39 http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 28 Maret 2019

Roemah Martha Tilaar telah melaksanakan berbagai macam program community relations yang diperuntukan kepada UMKM, komunitas, maupun masyarakat sekitar. Antusias dari para muda-mudi yang tergabung dalam komunitas tidaklah datar, seringkali mereka bersamangat pada awalnya saja kemudian tidak lama kemudian akan bosan bahkan mundur dari kegiatan. Untuk mencegah hal-hal seperti ini, Roemah Martha Tilaar telah menyusun strategi untuknya. Berikut pemaparannya :

(DATA 11)

"Sebenernya mendengarkan sih, mereka teman-teman komunitas mempunyai semangat berlebih idealismenya tinggi. Emang mereka juga kadang bingung sebenernya mau ngapain, realnya mau ngapain supaya kita bisa eksis kita mau ngapain. Caranya kita tidak langsung kasih tau apa-apa saja tapi dengan cara duduk ngobrol dan mendengarkan apa yang mereka mau apa yang mereka rasakan. Saya kira itu pintu gerbangnya." (wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)

Mendengarkan dan duduk santai mengobrol dengan para teman-teman komunitas, Roemah Martha Tilaar mengerti apa yang di inginkan oleh komunitas. Tidak merasa menjadi yang berkuasa dan lebih cerdik serta berperan sebagai teman dari komunitas sehingga komunitas merasa nyaman mengikuti kegiatan dari Roemah Martha Tilaar. Roemah Martha Tilaar juga mengetahui bahwa teknik yang digunakan berupa maping menjadikannya tahu apa yang dibutuhkan komunitas dan menjadikan komunitas sebagai aktor utamanya.

(DATA 12)

"Kalau secara bahasa ilmiahnya adalah maping. Bersama-sama mencari apa yang mereka butuhkan. Kalau mereka mendapatkan apa yg mereka butuhkan disini itu injesmennya kuat. Poinnya menempatkan mereka sebagai aktor dirumah ini. Kita tidak pernah

menempatkan diri sebagai payung yang besar menaungi mereka akan tetapi sebagai ruang kita jadi sahabat mereka." (wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)

Beberapa program-program yang telah didibuat dan dijalankan oleh Roemah Martha Tilaar tidaklah mengalami kesuksesan. Terdapat program community relations yang telah dilaksanakan akan tetapi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan perlu dilakukan evaluasi atau bahkan dihapuskan. Program yang sengaja dibuat untuk menangani ataupun mengurangi tingkat stress yang dirasakan oleh warga sekitar akibat rutinitas kegiatan sehari-sehari. Oleh sebab itu, Bening Jiwa diciptakan untuk menangani hal tersebut, akan tetapi tidak sesuai dengan apa yang diprediksi oleh Roemah Martha Tilaar. Warga sekitar Roemah Martha Tilaar ternyata tidak memerlukan hal-hal seperti yang ada dalam program Bening Jiwa. Seperti yang dikatakan oleh Alona selaku kepala pengelola serta Marketing communication Roemah Martha Tilaar:

(DATA 13)

"Untuk sementara belum ada perbaikan karena waktu itu mentor utama kita seorang psikolog dari Jakarta karena sedang melakukan studi S2, jadi kegiatannya selalu berbenturan. Jadi Bening Jiwa ini tidak hanya program ada pelatihan, jadi setiap minggunya kita ada yoga dan taichi (senam pernapasan) itu salah satu bagian dari pengontrolan stress." (Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)

Terdapat masing-masing dampak yang di timbulkan akibat berlangsungnya proses kegiatan community relations di Roemah Martha Tilaar. Dampak dari berjalannya program community relations ini tidak hanya dirasakan oleh Roemah Martha Tilaar sendiri, akan tetapi juga dirasakan oleh komunitas-komunitas yang terjalin mengikuti kegiatannya. Selain itu dampak dari kegiatan-kegiatan community relations juga dirasakan baik langsung maupun tidak langsung oleh warga sekitar Roemah Martha Tilaar.

Dampak dari implementasi kegiatan community relations di Roemah Martha Tilaar dapat begitu jelas dirasakan oleh penggagas kegiatan tersebut. Roemah Martha Tilaar merasakan dampaknya dari kegiatan-kegiatan tersebut sangatlah jelas dan dirasa cukup besar dan begitu terasa perubahannya. Dari pihak Roemah Martha Tilaar merasakan inisiasi dalam membuat ataupun menjalankan program jauh lebih besar saat ini dibandingankan pada saat awal berdirinya Roemah MarthaTilaar.

(DATA 14)

> *"Dampak yang paling jelas adalah sejak tahun lalu 2018 sebagian besar kegiatan di RMT adalah community innisiatif bukan kami, tahun 2016 mayoritas program-progrm tersebut di program oleh RMT, 2017 50:50, 2018 kebanyakan datang dari komunitas-komunitas kami hanya menemani, memfasilitasi, membuat jejaring yang lebih luas suapaya mereka lebih gampang bekerja."(wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)*

Menurut Puput Juang Restu Aditia selaku ketua komunitas Kedung, bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar cukup memberikan dampak yang positif bagi tiap-tiap komunitas yang mengikuti programnya. Kegiatan community relations yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar bersama dengan komunitas yang mengikuti membuat komunitas tersebut menjadi berkembang. Selain itu, komunitas juga dapat lebih mandiri dan mendapatkan jejaring yang lebih luas lagi dibandingkan sebelumnya. Berikut pernyataannya:

(DATA 15)

"Kemudian dampak yang dirasakan oleh komunitas sejauh ini yang saya amati adalah pertama kami atau komunitas lain jadi mempunyai link yang lebih luas dari pertemuan di RMT, karena RMT biasa mengundang pihak-pihak dari luar jadi kami para komunitas mempunyai jejaring yang lebih luas tanpa kami

berada dilingkungan RMT." (wawancara Puput Juang Restu Aditia selaku ketua komunitas Kedung 12 Maret 2019)

Dari kaca mata pihak Roemah Martha Tilaar selain menambah jejaring dampak yang ditimbulkan dari program-program community relations yang dijalankan, komunitas juga lebih percaya diri akan komunitasnya sendiri. Menjadikan komunitas-komunitas tersebut dapat membuat atau menjalakan program di luar Roemah Martha Tilaar. Seperti yang terjadi pada komunitas Gubug Aksara, dimana komunitas ini dapat lebih mandiri sehingga pada saat mebuat suatu program dapat mengibarkan bendera mereka sendiri. Komunitas Gubug Aksara ini telah membuat gerakan literasi di daerah Karanggayam, Kebumen. Selain sudah mandiri dengan mengibarkan bendera sendiri, komunitas ini juga memperoleh support dai komunitas motor dan komunitas UMKM dari hari pertemuan di Roemah Martha Tilaar.

Saat komunitas Gubug Aksara yang terlihat merasakan dampak dari kegiatan community relations yang diadakan oleh Roemah Martha Tilaar, UMKM juga terlihat jelas akan kemandirian dan inisiasi dari kegiatan yang telah direncanakan. UMKM mulai menujukan kemajuan mereka dalam hal independensi dan kemajuan terhadap bentuk insiasi membuat program kegiatan baru. Pada bulan April, UMKM telah merencanakan sebuatan Kegiatan yang diberi nama PERAK(pekan raya komunitas). Ide pengadaan acara PERAK hingga kepanitian dari UMKM sendirilah yang menciptakan, sehingga kemajuan terhadap kemandirianlah yang sangat terlihat

(DATA 16)

> *"Ketika Gubug aksara membuat gerakan literasi di Karang Gayam misalakan, nah akhirnya mereka di support oleh komunitas motor, komunitas UMKM dan mereka melakukan kegiatan disana tidak memakai benderah Roemah Martha Tilaar tapi bendera masing-masing, jadi kami tetap menghormati independensi. Sebagai contoh saat ini temen-temen dari UMKM sedang merencanakan PERAK (pekan reya*

komunitas) pada bulan April, itu inisiasi mereka, bahakan mereka sendiri yang mebuat kepanitian sendiri." (wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)

Selain komunitas, UMKM, Masyarakat sekitar juga mengalami hal-hal yang serupa. Masyarkat sekitar Roemah Martha Tilaar merasakan dampak yang positif dari kegiatan yang telah dijalankannya. Berawal dari program komunitas itu sendiri yang sengaja menerjunkan diri pada lingkungan dengan mencerdaskan daerah-daerah yang dapat dikatakan kota akan tetapi kurang tersentuh oleh bantuan. Terdapat kawasan didaerah Gombong yang terlihat seperti kawasan kota akan tetapi tempat belajar dari anak-anak mereka sempit. Kurangnya ruang belajar bagi anak-anak kawasan tersebut membuat komunitas bengkel mimpi tergerak untuk mengembalikan ruang belajar bagi anak-anak yang merasa ruang belajar mereka terlalu sempit.

Ada beberapa program komunitas yang mendekat juga ke masyarakat sekitar. Memang awal-awal kami mencoba memberikan masukan kepada mereka bahwa dilingkungan sekitar sini juga ada masyrakat atau kelompok yang mebutuhkan kolaborasi mereka.

(DATA 17)

"Jadi kita misalkan ada satu daerah gang kepodang daerah miskin kota, jadi daerah-daerah tersebut dianggap kota jadi jarang kesentuh. Karena LSM, aktivis keren lah mereka kalau ke hutan ke daerah terpencil padahal dikota banyak yang terabaikan, Jadi malah dikotanya jarang tersentuh, nah itu mereka (komunitas) bisa menyentuh itu." (wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)

Menjalankan setiap program tidaklah semudah membalikkan tangan, seperti halnya menjalankan program kegiatan community relations di Roemah Martha Tilaar. Dalam menjalankannya terdapat beberapa hal yang tantangan yang menghambat berjalannya kegiatan community relations. Pada awal didirikannya, Roemah Martha Tilaar mempunyai beberapa kendala salah satu diantaranya yaitu tentang image kosmetik. Masyarakat sekitar mengira bahwa Roemah Martha Tilaar merupakan sebuah tempat salon kecantikan sebagaimana branding yang dibawa oleh Martha Tilaar sebagai merk dagang kosmetik. Maka tidak heran beberapa orang yang datang memiliki tujuan yang berbeda dari yang diharapkan oleh Roemah Martha Tilaar sendiri. Akan tetapi lambat laun sesuai dengan berjalannya waktu hal-hal tersebut menghilang dengan sendirinya dan kini masyarakat sekitar mulai mengerti isi dari bangunan tua yang telah di bangun kembali tersebut dan berikut penjelasan dari kepala pengelola Roemah Martha Tilaar:

(DATA 18)

> *"Salah satu hambatan RMT yaitu nama Martha Tilaar itu identik dengan kosmetik dan tidak jarang waktu awal-awal banyak yang datang menanyakan "mba salonnya sebelah mana?". Jadi waktu awal-awal memperkenalkan brand Roemah Martha Tilaar sebagai meseum dan rumah pemberdayaan itu suatu hal yang sulit, apalagi kita berbicara mengenai daerah kecil Gombong "di Gombong ada museum?!" "museum apaan?" ya itu menjadi tugas kita untuk terus menerus mengkomunikasikan ke masyarakat untuk mengenalkan kalau ini tu rumah kita bersama, rumah pemberdayaan. jadi waktu untuk memperkenalkan tersebut memerlukan waktu satu tahun hingga tidak lagi muncul pertanyaan- pertanyaan tersebut. Walaupun sampai sekarang masih terdapat beberapa yang bertanya seperti itu tapi itu untuk orang luar jadi biasa pengunjung luar masih bertanya seperti itu.*"(*Wawancara Alona Navensa Santhio, kepala pengelola Roemah Martha Tilaar, 9 Maret 2019)*

Tantangannya tidak hanya dari masalah branding yang diberikan oleh masyarakat terkait branding cosmetic dan berhubungan dengan salon, akan tetapi Roemah Martha Tilaar juga mempunyai tantangan lain. Hal yang mendasar yang dianggap sebagai tantangan lainnya yaitu mengenai variable-variabel terkait pendiri Roemah Martha Tilaar sendiri yaitu Ibu Martha Tilaar. Terdapat beberapa hal dari Ibu Martha yang secara tidak langsung mempengaruhi masyarakat sekitar tentang pandangannya terhadap Roemah Martha Tilaar. Ibu Martha termasuk golongan minoritas dari lingkungannya yaitu seorang keturunan Tionghoa dan seorangan Kristiani. Tidak hanya samapi disitu, sang pendiri juga mempunyai riwayat hanya tinggal sampai umur 11 Tahun di Gombong. Variable-variabel tersebutlah yang membuat Masyarakat sekitar berpikiran bahwa Ibu Martha hanya menjalankan bisnisnya dengan berkedok museum ataupun rumah bersama. Berikut pernyataannya:

(DATA 19)

> *"Dan itu gak gampang, kita bicara akademis, ada banyak masalah disini yang pertama sekalipun Bu Martha berasal dari Gombong, bu Martha hanya sebelas tahun di Gombong. Artinya cukup asing sebenarnya, bahkan orang Gombong banyak yang gak tau kalau ini rumah kelahirannya bu Martha, kita punya masalah disitu."(wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019)*

(DATA 20)

> *"…… Kemudian bu Martha Tionghoa dan Kristen, kita harus obyektif bahwa ada variable-variabel itu yang harus di perhitungkan. Dan seorang pengusaha yang mendedikasikan mempersembahkan rumahnya bagi komunitas di masyrakat tanpa pamrih itu kan barang aneh" (wawancara Sigit Tri Prabowo Local Representatif Roemah Martha Tilaar 19 Maret 2019).*

Manfaat dari *Community relations* yang dibangun berdasarkan visi tanggung jawab sosial koorporat memang didasari dua belah pihak. Sejalan dengan prinsip kemaslatan bersama yang dikembangkan melalui berbagai program dan kegiatan *public relations*. Hal ini sangat penting disadari karena program-program *Community relations* bukanlah program dari suatu organisasi/perusahaan untuk komunitas melainkan program bersama. Jadi, program-program yang dilaksanakn oleh Roemah Martha Tilaar terhadap komunitas semata-mata bukan program Roemah Martha Tilaar sendiri melainkan program komunitas dan Roemah Martha Tilaar. Pada penemuan bab III, Roemah Martha Tilaar tidak menempatkan diri sebagai aktor utama, dimana program yang di luncurkan oleh Roemah Martha Tilaar harus di terima oleh komunitas maupun masyarakat bagaimanapun caranya. Roemah Martha Tilaar mengenai program yang dilakukan justru menempatkan komunitas sebagai pemeran utama, dimana kesejahteraan komunitaslah yang menjadi bagian utama. Sehingga apabila terdapat program yang kurang sesuai dengan pelaksanaan dilapangan, maka tidak perlu dipaksakan keberlangsungannya, karena kepentingan komunitas yang utama.

Menurut Yosal (2012: 70) menyusun sebuah tabel tentang manfaat dari *Community relations* dalam keterlibatan komunitas organisasi :

d) Manfaat bagi individu karyawan Roemah Martha Tilaar sebagai berikut:
   1) Bagi komunitas maupun UMKM yang mengikuti program Brandstart Roemah Martha Tilaar, tiap individu dapat belajar tentang metode alternatif dalam berbisnis dan ide-ide baru dalam bisnis maupun dalam menjalankan organisasi;
   2) Pada program pandan yang merupakan kolaborasi antara beberapa komunitas dan Roemah Martha Tilaar, baik komunitas, masyarakat maupun Roemah Martha Tilaar sendiri sama-sama belajar menghadapi tantangan pengembangan dan bisa berprestasi dalam lingkungan baru;

3) Program Ngangsu Kawruh program workshop, seminar ataupun diskusi yang membahas tentang pariwisata dan seni budaya ini, baikmasing-masing individu dari komunitas maupun individu tema Roemah Martha Tilaar dapat sama-sama mengembangkan keterampilan yang ada dan ketrampilan baru;
4) Pada saat team dari Roemah Martha Tilaar di terjunkan langsung ke masyarakat mengenai program *community relations*, team Roemah Martha Tilaar dapat memperbaiki pengetahuan perusahaan atas komunitas lokal dan memberi kontribusi bagi komunitas lokal;
5) Roemah Martha Tilaar terkait menjalankan proram *community relations* dapat mendapatkan persepsi baru atas bisnis, pengelolaan komunitas maupun organisasi suatu lembaga.

e) Manfaat bagi organisasi penerima program (komunitas) seperti:
1) Program Ngangsu Kawruh yang diselenggarakan oleh Roemah Martha Tilaar yang berupa program workshop, seminar ataupun diskusi yang membahas tentang pariwisata dan seni budaya mendapatkan keahlian dan ketrampilan professional yang tidak dimiliki komunitas atau tak memiliki dana untuk mengadakannya;
2) Pesta kriya merupakan hasil kolaborasi Roemah Martha Tilaar dengan Forum UMKM Online Kebumen, konsep dari kegiatan ini membuat sebuah pameran yang memadukan unsur promosi, edukasi dan rekreasi. Kegiatan ini membuat komunitas UMKM online Kebumen mendapatkan keterampilan manajemen yang membawa pendekatan yang segar dan kreatif dalam memecahkan masalah yang ada;
3) Program yang dibuat atas dasar keprihatinan Roemah Martha Tilaar melihat fenomena di suatu desa yang bernama Grenggeng penghasil anyaman pandan ini menjadi salah satu manfaat dari *community relations* bagi organisasi penerima program (komunitas). Pada program Pandan baik komunitas maupun

masyarakat sekitar daerah Grenggeng dapat memperoleh pengalaman dari organisasi besar sehingga melahirkan pengelolaan organisai seperti menjalankan bisnis.

f) Manfaat bagi Roemah Martha Tilaar

1) Memperkaya kapabilitas karyawan (team Roemah Martha Tilaar) yang telah menyelesaikan tugas bekerja bersama komunitas;
2) Pada program ruang menjadi salah satu peluang untuk menanamkan bantuan praktis pada komunitas;
3) Beberapa program *community relations* yang telah dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar banyak diantaranya yang berhasil dan terdapat satu yang dianggap kurang berhasil, hal ini dapat meningkatkan pengetahuan tentang komunitas lokal;
4) Meningkatkan citra dan profit perusahaan karena para karyawan menjadi "duta besar" bagi perusahaan merupakan salah satu manfaat Roemah Martha Tilaar melaksanakan program *community relations*. Hal ini dapat dilihat dalam program kerjasama Roemah Martha Tilaar dengan *clothing brand* asal Amerika GAP. Program yang dimaksudkan yaitu program P.A.C.E.

Dari uraian di atas menunjukan bahwa manfaat *Community relations* yang dibangun atas berdasarkan visi tanggung jawab sosial dapat dirasakan kedua belah pihak baik Roemah Martha Tilaar maupun komunitas. *Community relations* bukanlah semata-mata program dari perusahaan untuk komunitas, melainkan program untuk perusahaan dan komunitas. Program *community relations* di adakan untuk memenuhi kesejahteraan hubungan internal Roemah Martha Tilaar maupun eksternal Roemah Martha Tilaar. Pengembangan tidak hanya bagi perusahaan dari segi SDM dan keberadaannya, tapi juga memberikan pengembangan bagi komunitasnya.

Menurut Moore (2004:418) tujuan dari program *Community Relations* secara umum terkait pengaplikasiannya di Roemah Martha Tilaar adalah:

f) Program *community relations* Roemah Martha Tilaar dapat memberikan informasi kepada komunitas mengenai kebijaksanaan, kegiatan dan masalah Roemah Martha Tilaar sendiri. Misalnya informasi mengenai para staf dan pekerja Roemah Martha Tilaar, program dan kegiatan, visi, misi dan tujuan Roemah Martha Tilaar, serta tanggung jawab Roemah Martha Tilaar terhadap komunitas dan lingkungan sekitar serta sumbangan bagi komunitas.

g) Memberikan penjelasan atau jawaban terhadap pertanyaan atau tanggapan negatif bagi masyarakat sekitar perusahaan. Apabila terdapat rumor atau kabar burung disekitar lingkungan Roemah Martha Tilaar, maka fungsi dari program *community relations* ini lah yang dapat membersihkan nama baik Roemah Martha Tilaar. Seperti dalam wawancara yang telah dilakukan oleh penulis, bahwa terdapat cerita dimana Roemah Martha Tilaar didirikan oleh pemiliknya karena akan berujung pada bisnis yang dilakukan oleh Martha Tilaar. Team Roemah Martha Tilaar berusaha sangat keras menjalankan berbagai program *community relations* mulai dari pemeriksaan kesehatan gratis bagi lansia, pesta kriya, brandstart dan lain sebagainya untuk membuktikan bahwa Roemah Martha Tilaar disikan semata-mata memang untuk dijadikan sebagai rumah milik bersama.

h) Memberikan bantuan kepada lingkungan melalui organisasi atau perusahaan setempat. Pada temuan penelitian bab III, terdapat komunitas bengkel mimpi dimana team Roemah Martha Tilaar ikut serta dalam proses pelaksanaan terwujudnya bengkel mimpi. Pencarian volunteer untuk ikut serta dalam bengkel mimpi serta ikut meramaikan bengkel mimpi.

i) Bekerjasama dengan sekolah dan perguruan tinggi dengan menyediakan bahan-bahan pendidikan serta sasaran dan fasilitasnya. Point ini, team Roemah Martha Tilaar merealisasikan pada program

kerjasama dengan *American clothing brand*, GAP pada program P.A.C.E.. Program P.A.C.E. ini memberikan pendidikan terhadap wanita mengenai sex education, manner, hingga self defence, dimana pendidikan ini sangat jarang diberikan disekolah-sekolah formal pada umumnya. Mengenai latar belakang tersebut team Roemah Martha Tilaar berkesempatan memfasilitasi dan menyediakan bahan pendidikan tersebut demi kesejahteraan lingkungan sekitar.

j) Mendukung program-program kesehatan. Bekerja sama dengan rumah sakit PKU Muhammadiyah Gombong, team Roemah Martha Tilaar beberapa kali mengadakan cek kesehatan gratis pagi para lansia.

k) Mendukung kegiatan olah raga, budaya dan kreasi. Mengadakan program "Eling Bening", program stress reliever dimana terdapat tachi didalamnya yang ternyata tidak cocok dengan kepribadian masyarakat Gombong sehingga tidak diadakan kembali. Walaupun program "Eling Bening" ini berjalan diluar ekspetasi, Roemah Martha Tilaar ini melakukan kegiatan lain mengenai olah raga seperti senam untuk lansia serta program budaya dan kreasi berupa festival dolanan, pesta kriya dan lain sebagainya.

Enam poin diatas merupakan tujuan dari program *Community Relations* yang telah dilaksanakan oleh team Roemah Martha Tilaar secara umum terkait pengaplikasiannya di Roemah Martha Tilaar.

Implementasi *community relations* suatu lembaga dapat berwujud berbagai bentuk sesuai dengan jenis dan metode yang di terapkan pada lembaga tersebut. Pada Roemah MarthaTilaar *community relations* di aplikasikan melalui program-program yang diluncurkan. Beberapa program yang sudah dijelaskan di atas merupakan program Roemah Martha Tilaar dengan implementasi *community relations* didalamnya mulai dari Brandstart hingga P.A.C.E.. Implementasi *community relations* menurut Grunig & Hunt, (1984) dapat dibedakan dalam dua

tipe program yang pertama merupakan program yang fokus pada aktivitas untuk membantu komunikasi organisasi dengan pemimpin komunitas lokal. Sementara itu program kedua fokus pada aktivitas yang melibatkan organisasi pada aktivitas komunitas, seperti dukungan terhadap proses pendidikan dan sekolah, maupun memberikan donasi pada organisasi lokal. Implementasi *community relations* pada program Roemah Martha Tilaar juga terdapat tipe tersebut. Tipe program yang terkait kesejahteraan dan pertumbuhan perekonomian dan masyarakat sekitar terdapat pada program Brandstart, Kelas Berbagi, Ruang, Pesta Kriya, Pandan, dan P.A.C.E.. Selain hal tersebut implementasi *community relations* pada program di Roemah Martha Tilaar yang fokus terhadap kesejahteraan, pendidikan serta pelestarian budaya yaitu pada program Serambi Belajar, Jelajah Pusaka Gombong, Festival Cap Go Meh, Festival Dolana Tradisional, serta P.A.C.E. implentasi *community relations* di setiap programnya pada dasarnya mengacu pada kesejahteraan lingkungan sekitar akan tetapi terdapat fokus yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan program tersebut. terdapat saling ketergantungan pada setiap program sehingga hal ini dapat memotivasi Roemah Martha Tilaar untuk mendesain implementasi program community relations dengan sedemikian rupa.

Hal-hal yang telah dibahas di atas mulai dari analisis fungsi public relations dalam kegiatan community relations hingga merujuk kepada analisis implementasi community relations di Roemah Martha Tilaar penulis menjabarkan beberapa hal:

1. Mengacu teori public relations yang ada bahwa Team Roemah Martha Tilaar telah menjalankan sebagian besar teori dalam praktek kegiatannya. Walaupun sebagian besar sudah di terapkan pelaksanaannya, akan tetapi dari Roemah Martha Tilaar sendiri belum ada devisi khusus yang bertugas menjadi public relations. Sehingga

kekurangan yang dapat dilihat dengan jelas bahwa keberadaan divisi public relations tersebut dapat dikatakan kurang solid.

2. Analisis implementasi community relations di Roemah Martha Tilaar sendiri dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori-teori yang ada, akan tetapi terdapat bagian-bagian yang dianggap oleh penulis kurang kuat keberadaannya. Kegiatan Community relations di Roemah Martha Tilaar dianggap kurang fokus. Kegiatan yang dilakukan selain community relations juga terdapat government relations, hal ini dapat menjadi sebuah keuntungan bagi Roemah Martha Tilaar maupun sebagai kelemahan.

Terlepas dari kelebihan maupun kekurang kegiatan community relations di Roemah Martha Tilaar, pelaksanaannya sudah luar biasa mengagumkan dan banyak memberikan berbagai manfaat yang positif bagi komunitas, lingkungan sekitar dan ikut serta membantu tugas pemerintah. Sejauh ini dari awal berdirinya Roemah Martha Tilaar sendiri telah menjalankan visi dan misi nya serta membantu komunitas, UMKM, pemerintah serta masyarakat sekitar sebagai rumah bersama dan tempat pemberdayaan sebagai mana tujuan awalnya.

B. Analisis Ruang Lingkup *Public Relations* dalam Kegiatan *Community Relations* di Roemah Martha Tilaar

Public relations merupakan sebuah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik yang dapat memberikan manfaat antara organisasi dengan publiknya serta memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut dalam menjalankan programnya. Sesuatu yang direncanakan berupa komunikasi persuasif yang di desain untuk mempengaruhi segmen publik tertentu. Kehadiran *Public relations* di dalam sebuah perusahaan atau organisasi termasuk di Roemah Martha Tilaar dapat menggunakan komunikasi persuasif di beberapa kegiatannya dan untuk publik tertentu yang hanya ditargetkan untuk menerima pesan dari komunikasi persuasif yang disampaikan oleh *Public relations* Roemah Martha Tilaar.

Team Roemah Martha Tilaar senantiasa memberikan penjelasan dan tujuan akan program yang dijalankan, sehingga baik antara komunitas dengan Roemah Martha Tilaar tidak terjadi kesalahan pengertian terhadapnya. Melakukan persuasi terhadap public oleh team Roemah Martha Tilaar telah dilakukan, akan tetapi lebih terkait kepada kesejahteraan komunitas untuk masyarakat. Tentang tingkah laku politik, team Roemah Martha Tilaar sedikit menjauh dan berusaha untuk tidak mendekatinya. Sehubung dengan visi dan misinya sebagai rumah bersama dan tidak mengikuti tingkah laku maupun memihak salah satu politik. Dari hasil temuan penelitian pada bab sebelumnya, penulis menemukan suatu fakta dimana team Roemah Martha Tilaar ikut berperan penting dalam menyatukan antara komunitas dan pemerintah. Dapat diketahui bahwa biasanya komunitas muncul akibat terdapat keresahan masyarakat akan suatu hal yang tidak dapat diwujudkan oleh pemerintah, akan tetapi dalam program brandstart maupun program ruang Roemah Martha tilaar dapat menyatukannya.

Dalam *Public relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan publiknya, usaha untuk memberikan, untuk menanamkan kesan yang menyenangkan sehingga timbul opini publik yang menguntungkan bagi kemajuan perusahaan atau organisasi. Seperti pada penjelasan di atas, team dari Roemah Martha Tilaar juga berusaha sangat amat keras sejak awal berdirinya untuk mejadi penjembatan antara Roemah Martha Tilaar dengan publiknya yaitu komunitas, UMKM, dan masyarakat sekitar serta pemerintah. Semua itu dapat dilaksanakan oleh *Public Relation* dengan manunjukan hal-hal positif tentang apa yang dilaksanakan dan direncanakan.

Pada saat Roemah Martha Tilaar dibuka, pandangan dari masyarakat Gombong, Kebumen bahwa tujuan diberdirikannya tidak lain yaitu berujung-ujung pada bisnis atau penjualan. Spekulasi lain juga didapat bahwa berdirinya Roemah Martha Tilaar ini dapat dijadikan sebagai “alat untuk mendapatkan uang”, dengan kata lain rumah ini dapat dimanfaatkan sedemikian rupa agar menghasilkan uang bagi oknum-oknum yang memanfaatkannya. Tentang kesalah-

pahaman dari kedua pihak tersebut membuat team dari Roemah Marta Tilaar perlahan-lahan mengubahnya dengan menjalankan beberapa program *community relations*. Dengan mengidetifikasi pendapat atau opini masyarakat sekitar mengenai Roemah Martha Tilaar, Cutlip & centre and Candflield dalam Ruslan (2014: 9) memasukkannya kedalam fungsi kegiatan public relation itu dilaksanakan. Selain itu juga terdapat berupa melayani keinginan public dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama. Pada dasarnya, pihak Roemah Martha Tilaar bersama dengan staffnya berusaha menjadi wadah bagi para komunitas untuk mengembangkan kreatifitas komunitas. Tidak hanya itu, pada saat para komunitas berkumpul di Roemah Martha Tilaar dan hendak membuat sebuah acara ataupun event kepala pengelola atau marketing komunikasi dari team Roemah Martha Tilaar mendampingi dan memberikan saran, masukan untuk komunitas. Menciptakan citra positif bagi Roemah Martha Tilaar maupun komunitas menjadi salah satu fungsi *Public relations* dijalankan. Roemah Martha Tilaar bekerjasama dengan komunitas dalam menjalankan program Pandan agar terciptanya hubungan baik dianta Roemah Martha Tilaar dan komunitas serta masyarakat pada program "Pandan" dilaksanakan.

Terkait dalam hal fungsi manajemen *public relations*, Roemah Martha Tilaar sendiri sesungguhnya tidak mempunyai divisi khusus yang memegang sebagai manajemen public relation. Hanya terdapat suatu jabatan yang dinamakan marketing communication serta merangkap menjadi kepala pengelola. Walaupun sepert itu, fungsi manajemen *public relations* disini berjalan cukup lancar dan sesuai dengan alurnya. Dalam struktur keanggotaan Roemah Martha Tilaar hanya terdapat enam jabatan yang masing-masing satu keanggotaan saja yang menjabat sehingga dapat dikatakan bahwa keanggotaan team Roemah Martha Tilaar cukup kecil. walau seperti itu antar anggota team Roemah Martha Tilaar yang memegang divisi masing-masing selain menjalankan tugasnya masing-masing setiap divisi saling bekerjasama dan saling mendukung mengenai hal promosi, kegiatan dan lain sebagainya.

Kegiatan yang dilakukan oleh team Roemah Martha Tilaar terkait *pubic relations* juga menerapkan apa saja yang menjadi ruang lingkup *public relations*. Hal ini sesuai dengan apa yang telah dipaparkan oleh Kriyantono, (2012: 23) yang merangkum lingkup public relations dengan singkatan PENCILS.

1. Publication dan Publicity

   Publikasi mengenai kegiatan public relation di Roemah Martha Tilaar menggunkan media sebagai alat penyembarannya. Seperti yang ditemukan oleh penulis dalam wawancaranya, bahwa Roemah Martha Tilaar bekerjasama dengan beberapa media cetak ataupun online dalam penulisan berita mengenai kegiatan di Roemah Martha Tilaar. Dari pihak media maupun Roemah Martha Tilaar merasa sama-sama di untungkan. Beberapa media tersebut akan mendapatkan berita ekslusif langsung dari team Roemah Martha Tilaar. Sedangkan Roemah Martha Tilaar mendapatkan berita tentang kegiatan yang dilakukan di Roemah Martha Tilaar dengan penggiringan opini public yang positif terhadap pandangan masyarakat kepada Roemah Martha Tilaar. Sehingga tidak di herankan jika headline di beberapa yang memberitakan tentang Roemah Martha Tilaar dengan judul yang hampir sama.

2. Events

   Dalam beberapa festival yang dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar, terdapat dua festival yang sudah berjalan dengan baik dan di agendakan setiap tahunnya. Festival dolanan tradisional menjadi salah satu festival yang berjalan setiap tahunnya dimana Roemah Martha Tilaar yang menjadi konseptor sedangkan komunitas menjadi penyedia konten dan pelaksanaan banyak didukung oleh komunitas-komunitas seperti Kelas Inspirasi Kebumen, Bengkel Mimpi, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sempor, Paguyuban Ngisor

Gayam dan lain-lain[40]. Festival yang diadakan di Roemah Martha Tilaar dan mendapat progress yang cuku baik lainnya yaitu "Pesta Kriya". Pesta kriya yang bekerjasama dengan UMKM dengan konsep kegiatan adalah membuat sebuah pameran yang memadukan unsur promosi, edukasi dan rekreasi[41]. Sehingga peserta pameran diminta tidak hanya 'pindah lapak' tapi aktif membuka komunikasi dengan pengunjung untuk membangun brand mereka.

Kedua event tahunan yang telah dilaksanakan oleh Roemah Martha Tilaar di atas telah memberikan citra positif bagi Roemah Martha Tilaar terhadap masyarakat sekitar, komunitas, hingga pemerintah. Festival ini di anggap memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitar mengenai pelestarian permainan tradisional serta pemberdayaan terhadap pengusaha kecil dan mikro di Kebumen. Hal ini terbukti seperti dalam judul pemberitaan sebuah media bahwa diusianya yang menginjak emapt tahun sudah memperluas dan meningkatkan pendampingan. Di dalam pemberitaan tersebut dikatakan bahwa dengan adanya pesta kriya yang diadakan oleh Roemah Martha Tilaar berupa diusianya yang menginjak tahun keempat, Roemah Martha Tilaar (RMT) semakin mantap menjalankan program-program pemberdayaannya. Jalinan kerjasama pun sudah semakin luas. Selain dengan komunitas juga dengan pemerintah daerah, sekolah dan lembaga mitra lainnya.[42]

Selain itu pesta kriya juga terus mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Seperti yang dikatakan oleh Alona marketing communications serta kepela pengelola Roemah Martha Tilaar "Pesta Kriya tahun ini memang akan ada banyak perbedaan daripada perhelatan tahun sebelumnya. Kami sudah bersepakat dengan teman-

[40] http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 28 juni 2019)
[41] http://www.roemahmarthatilaar.org/views/laporan/files/ANNUAL%20REPORT%202017_revisi.pdf (diakses, 28 Juni 2019)
[42] http://www.kebumenekspres.com/2018/12/empat-tahun-berkarya-roemah-martha.html (diakses 28 jui 2019)

teman UKM untuk lebih memberikan perhatian pada proses edukasi dan penguatan brand usaha mereka. Karena itu jumlah transaksi bukan lagi menjadi tolok ukur keberhasilan, melainkan intensitas komunikasi antara pengunjung dengan pemilik usaha yang menjadi sasaran"[43].

3. News

Seperti yang telah dibahas diatas, bahwa Roemah Martha Tilaar telah bekerjasama dengan beberapa media newsletter dan pers release yang akan menjadi bahan publisitas mereka. Penyebaran berita tersebut menjadi tanggung jawab team public relations Roemah Martha Tilaar. Pengimplentasian ini dilakukan oleh team Roemah Martha Tilaar pada saat terdapat acara atau festival di Roemah Martha Tilaar dengan mendokumentasikan serta memberikan garis besar isi dari acara tersebut kepada pembawa berita. Hal ini akan menjadi bahan publisitas bagi media sehingga terdapat pemberitaan tentang Roemah Martha Tilaar yang positif dan sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak Roeah Martha Tilaar.

4. *Community Involvement*

Dalam peran *public relations* ini, Roemah Martha Tilaar harus berurusan secara langsung dengan masyarakat lingkungan sekitar. Hubungan ini terjalin dengan memberikan kepedulian dan ke-ikut serataan Roemah Martha Tilaar terhadap kemajuan masyarakat sekitar. Hal ini ter-implentasikan dalam program "kelas berbagi" Roemah Martha Tilaar. Seperti yang terjadi pada Kelas berbagi Roemah Martha Tilaar tahun 2018 lalu dimana kegiatan ini diharapkan dapat melahirkan pengusaha-pengusaha loka dengan ekonomi kreatif. Dalam kegiatannya waktu itu, Roemah Martha Tilaar mengundang Sri Suharti, pemilik griya kuliner Pawon SR yang akan

[43] https://www.suaramerdeka.com/news/baca/126761/pesta-kriya-2018-jadi-ajang-belajar-dan-apresiasi-wirausaha-lokal (diakses 28 juni 2019)

membagikan ilmunya mengenai cara membuat lue biji ketapang yang dimodifikasi sehingga empuk dan renyah[44].

5. Identity-Media

Indentity media yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar dengan melalui www.roemahmarthatilaar.org yang dikelola oleh team publikasi Roemah Martha Tilaar. Didalamnya terdapat identitas Roemah Martha Tilaar dan berisikan bahan publikasi agar komunitas maupun orang yang mengaksesnya dapat mengetahui Roemah Martha Tilaar dan berbagai macam citra positif yang berhubungan dengan Roemah Martha Tilaar. Serta terdapat laman publikasi laporan tahunan Roemah Martha Tilaar yang dapat bebas diakses oleh pengunjungnya.

Laman publikasi laporan tahunan tersebut berisikan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakn oleh Roemah Martha Tilaar pada tahun sebelumnya. Selain itu terdapat detail kegiatan dan pelaksanaannya dan para pelaksananya. Didalam laman tersebut juga terdapat profil Roemah Martha Tilaar dan beberapa kata sambutan tetang Roemah Martha Tilaar dari para petingginya.

6. Lobbying

Kegiatan lobbying merupakan upaya persuasi dan negoisasi dengan berbagai pihak yang terlibat. Selain melakukan lobbying dengan para pembawa berita terkait publikasi Roemah Martha Tilaar, dari petinggi Roemah Martha Tilaar juga melakukan lobbying terlebih dahulu dengan GAP *American clothing brand* sebelum menjalankan program P.A.C.E. Didalam program P.A.C.E. ini seperti yang telah penulis temukan dalam wawancaranya bahwa ibu Wulan Tilaar selaku ketua yayasan Roemah Martha Tilaar melakukan lobbying terdapat

[44] https://www.suaramerdeka.com/news/baca/87618/ramadan-roemah-martha-tilaar-gelar-kelas-berbagi (diakses, 1 juli 2019)

GAP agar Roemah Martha Tilaar dapat menjalankan program P.A.C.E. di daerah Gombong, Kebumen.

Selain lobbying terhadap GAP, Roemah Martha Tilaar juga melakukan fungsi lobbying dalam public relations dengan sekolah-sekolah dalam pelaksanaan program P.A.C.E tersebut. Menurut penemuan penulis dalam observasi dan wawancaranya, dari beberapa sekolah swasta di daerah Gombong yang dilakukan lobbying dalam program tersebut hanya terdapat dua sekolah yang mengikuti program tersebut untuk yang pertama kalinya.

7. Social Investment

Team Roemah Martha Tilaar melakukan gambaran keuntungan yang yang akan diberikan oleh Roemah Martha Tilaar terhadap lingkungan sekitar maupun komunitas mengenai struktural dan managerialnya. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan ruang di Roemah Martha Tilaar sebagai basecamp bagi para komunitas dalam merumuskan ha-hal terkait kegiatan yang akan dilakukan maupun pemberdayaan terhadapa komunitas maupun masyarakat lingkungan sekitar.

Selain itu, terdapat program dari Roemah Martha Tilaar yang bernama "jelajah pusaka Gombong". Program ini berisikan kunjungan heritage sites yang telah dan sedang digali sejarah dari heritage sites tersebut dan disusun menjadi sebuah program jelajah pusaka (heritage trail). Dengan adanya kedua aksi ini, Roemah Martha Tilaar bisa mendapat perhatian serta kepercayaan komunitas dan masyarakat lingkungan sekitar.

C. Analisis SWOT Implementasi *Community Relations* di Roemah Martha Tilaar

Dari hasil penelitian Roemah Martha Tilaar maka dapat dilakukan analisis SWOT yang sesuai dan dijelaskan sebagai berikut :

1. Analisis Lingkungan Internal

   a. Kekuatan (*Strength*)

      - Manajemen program yang baik sehingga Roemah Martha Tilaar mampu merangkul berbagai komunitas-komunitas Gombong-Kebumen dan sekitarnya.
      - Terdapat beragam program di Roemah Martha Tilaar yang bersifat kontinuitas sehingga dapat memberikan pelatihan yang baik bagi setiap anggota team dan komunitas.
      - Mempunyai team yang memiliki loyalitas yang tinggi.

   b. Kelemahan (*Weakness*)

      - Tidak adanya divisi *public relations* yang menghubungkan Roemah Martha Tilaar dengan lingkungan sekitar dan komunitas.
      - Jumlah team yang kecil sehingga pembagian *job desk* yang kurang jelas.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

   a. Peluang (*Opportunities*)

      - Adanya kerjasama Roemah Martha Tilaar dengan masyarakat sekitar yang terjalin secara harmonis
      - Respon yang cukup baik bagi komunitas untuk ikut dalam program Roemah Martha Tilaar
      - Roemah Martha Tilaar terdapat kerjasama dengan UMKM
      - Terdapat kerjasama Roemah Martha Tilaar dengan beberapa media untuk kepentingan pemberitaan.

- Pada pesta kriya Roemah Martha Tilaar selain bekerjasama dengan UMKM, Roemah Martha Tilaar juga bekerjasama dengan dewan kerajinan Nasioanal Daerah (Dekranasda).

b. Ancaman (*Threat*)

- Dinamika komunitas yang mengikuti kegiatan di Roemah Martha Tilaar yang kurang stabil.
- Jauh lebih banyak yang berasal dari komunitas seni dan pariwisata yang terlihat aktif dan rutin mengikuti kegiatan di Roemah Martha Tilaar sedangkan komunitas lain kurang aktif, sehingga menjadikan ketidak rataannya komunitas yang mengikuti kegiatan di Roemah Martha Tilaar.

Setelah dilakukan analisis berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dapat dilihat strategi-stretegi yang dapat digunakan sebagai berikut:

- **Strategi S-O *(Stength-Opportunities)***

  Strategi SO merupakan strategi dimana perusahaan menggunakan kekuatan yang dimilikinya untuk mengambil peluang yang ada. Strategi SO yang dapat dilakukan Roemah Martha Tilaar adalah mengadakan banyak kegiatan yang melibatkan komunitas, UMKM, dan masyarakat sekitar sebagai ajang pengenalan Roemah Martha Tilaar.

- **Strategi S-T *(Strengths –Threats)***

Strategi ST adalah strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada. Strategi ST yang dapat dilakukan Roemah Martha Tilaar adalah team bisa menjaga komunikasi dan integritas dalam kegiatan dan melaksanakan kegiatan community relations sehingga timbul kepercayaan yang diberikan oleh komunitas. Contohnya ketika terdapat kegiatan Roemah Martha Tilaar selalu mengikutsertakan komunitas dalam kegiatan-kegiatan yang ada di antaranya merupakan kegiatan voluntering.

- **Strategi W-O *(Weaknesses – Opportunities)***

  Strategi WO merupakan strategi dimana perusahaan berusaha mengatasi kelemahannya dengan mengambil peluang yang ada. Strategi WO yang dapat dilakukan Roemah Martha Tilaar adalah memanfaatkan potensi komunitas dan UMKM sebagai penghubung antara Roemah Martha Tilaar dan lingkungan sekitar dimana telah diketahui bahwa divisi *public relations* di Roemah Martha Tilaar belum ada.

- **Strategi W-T *(Weaknesses –Threats)***

  Strategi WT pada dasarnya merupakan strategi pertahanan dan bertujuan untuk meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi WT yang dapat dilakukan Roemah Martha Tilaar adalah melakukan program ataupun kegiatan yang menarik kedatangan warga sehingga menjadikan Roemah Martha Tilaar sebagai museum yang menarik dan menjadi tempat yang wajib untuk di kunjungi dengan beberapa acara tersebut dan segala keunikannya.

Sebagai bentuk indentifikasi lebih lanjut masalah yang sudah diteliti, penulis membandingkan dengan penelitian sebelumnya yang sempat dibahas pada bab I. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkesinambungan dengan penelitian yang akan diteliti. Dengan tema penelitian yang hampir mirip mengenai pembahasan tentang analisis implementasi *Community relations* peneliti menemukan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang telah peneliti lakukan.

Pada sebagian besar dari penelitian terdahulu yang sudah dibahas pada bab I merupakan penelitian pada perusahaaan milik negara yang sistemnya menjadi lembaga atau organisasi profit. Sedangkan sebagian lagi merupakan lembaga atau perusahaan yang sama-sama menghasilkan profit seperti perusahaan milik negara yang terdapat pada penelitian terdahulu diatas. Pada lima penelitian tersebut terdapat perbedaan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada dasarnya merupakan lembaga yang tidak mengharapkan profit. Roemah Martha Tilaar terlahir sebagai lembaga CSR berbentuk museum dan rumah pemberdayaan dari perusahaan Martha Tilaar Group. Sehingga perusahaan ini lebih berfokus pada kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat, lingkungan sekitar dan khususnya pada penelitian ini yang didalami lagi yaitu kegiatan implementasi *community relations*. Perbedaan secara spesifik yang dapat dilihat dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini berupa penelitian yang meneliti lembaga dari hasil bentukan CSR Martha Tilaar Group dimana didalamnya melakukan kegiatan *community relations*.

Melihat beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan, peneliti memperoleh beberapa hal yang sama pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa sifat *community relations* yang di lakukan oleh suatu lembaga terhadap komunitas agar komunitas-komunitas yang ada dapat melakukan perbaikan ataupun peningkatan dalam beberapa aspek tertent serta kualitas komunitas tersebut. Hal ini terbukti pada penelitian implementasi *community relations* di Roemah Martha Tilaar terdapat peningkatan

perekonomian baik pada UMKM, komunitas, maupun masyarakat sekitar. Selain itu, peneliti juga dapat menemukan perbedaan dengan penelitian terdahulu dimana terdapat satu aspek bahwa hasil dari implementasi *community relations* di Roemah Martha Tilaar juga menjadikan wadah bagi komunitas-komunitas di Kebumen untuk menyelesaikan masalah dan meningkatkan kualitas komunitas tersebut.