

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Bikers Paguyuban Penggemar Motor

Paguyuban Penggemar Motor yang beralamat di Jl. Ikhlas 6 No. 20, Pengasinan, Kec. Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat. Merupakan sebuah komunitas motor yang didirikan pada tahun 2014 yang mempunyai peran sebagai komunitas yang melakukan kegiatan-kegiatan melalui sosialnya kepada masyarakat.

Gambar 4.1

Logo PPM



Komunitas ini mempunyai kelegalan yang memperkuat keberadaannya. Dibidangnya komunitas ini berawal dibentuk untuk menjalin silaturahmi antar *bikers*. Namun karena banyak persepsi-persepsi masyarakat yang menganggap bahwa komunitas *bikers*

mempunyai sikap yang kurang baik terhadap masyarakat maka dari itu komunitas *bikers* Paguyuban Penggemar Motor melakukan sebuah kegiatan sosial demi mengubah dan mempertahankan citra yang telah di buat oleh komunitas Paguyuban Penggemar Motor.

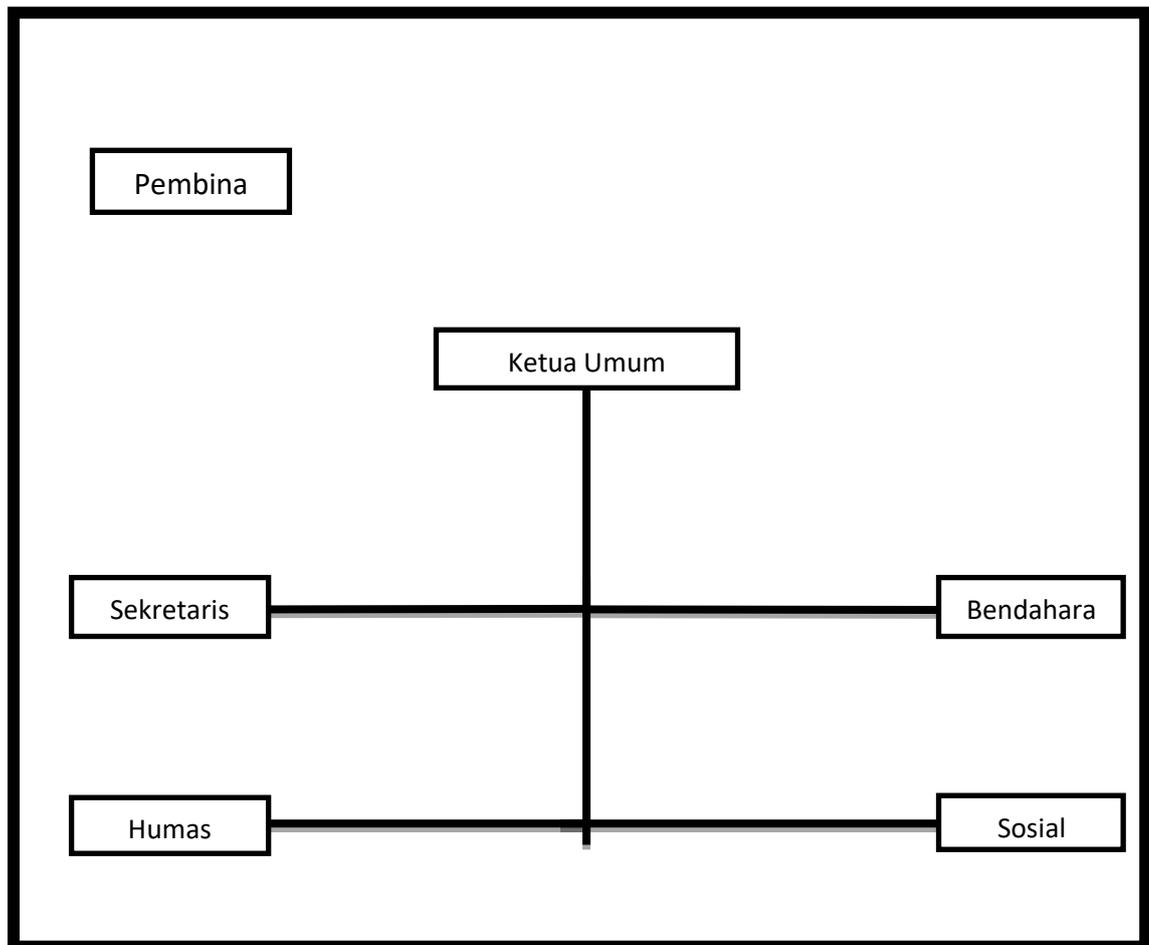
Visi Paguyuban Penggemar Motor adalah mengembangkan sayap untuk merangkul para *bikers* agar menjadi satu kesatuan dalam melakukan sosial. Untuk menjalankan visi ini secara baik dan tepat, diperlukan adanya beberapa misi, yaitu :

- 1) Sebagai wadah para pengguna motor.
- 2) Sebagai wadah untuk menjalin keakraban dan ajang tali silaturahmi.
- 3) Sebagai wadah bersosial antar masyarakat pada umumnya.
- 4) Sebagai wadah Paguyuban Penggemar Motor akan menjalankan dan patuh pada hukum yang berlaku di Indonesia.

Paguyuban Penggemar Motor mempunyai *tagline* “Karenamu Kami Ada, Bersatu Kita Kuat” yang melambangkan kekompakan dari seluruh anggota dan seluruh komunitas *bikers* yang masuk kedalam wadah Paguyuban Penggemar Motor. Lalu mewajibkan seluruh *bikers* yang tegabung pada Paguyuban. Penggemar Motor untuk mematuhi rambu-rambu lalu lintas yang ada.

Berikut struktur organisasi yang berada di organisasi Paguyuban
Penggemar Motor :

Table 4.1 Struktur Organisasi



4.1.2 Struktur Organisasi Paguyuban Penggemar Motor

1. Pembina

Orang yang dapat mengarahkan seseorang kepada jalan yang lebih baik ketimbang sebelumnya. Dalam konteks organisasi formal, dengan cara membina mereka menggunakan beberapa metode yang ada, agar para anggota organisasi tersebut, dapat melakukan beberapa *jobdesc* mereka dengan mulus. Karena dalam sebuah organisasi, Pembina sangat dibutuhkan untuk membimbing kepada anggotanya agar tetap terarah dan sesuai dengan visi misi yang berlaku.

2. Ketua Umum

Ketua umum merupakan seorang pimpinan yang memiliki tugas untuk memimpin, membina, mengkoordinasikan, memfasilitasi, menyelenggarakan, mengawasi dan mengendalikan kegiatan di bidang komunikasi dan informatika berdasarkan kebijakan yang berlaku.

3. Sekretaris

Sekretaris adalah sebuah profesi administratif yang bersifat asisten/mendukung. Gelar ini merujuk kepada sebuah organisasi yang tugasnya ialah melaksanakan pekerjaan rutin, tugas-tugas administratif, atau tugas-tugas pribadi/langsung dari atasannya.

4. Bendahara

Unsur di dalam organisasi yang membantu kepala atau ketua untuk melakukan pengelolaan keuangan beserta aktivitas terkait keuangan. Tugas pokok bendahara : Menyusun rencana anggaran. Melaksanakan pengelolaan keuangan dan pengadaan kebutuhan barang organisasi.

5. Humas

Menciptakan citra baik organisasi, mengkomunikasikan segala bentuk informasi tentang organisasi baik kepada publik, klien ataupun para investor. Adapun fungsi lain sebagai humas adalah untuk melakukan pendekatan kepada publik ataupun masyarakat luas untuk memperkenalkan organisasi agar semakin luas wawasan dan memberitahu kegiatan dalam organisasi Paguyuban Penggemar Motor

6. Sosial

Sosial yang dilakukan oleh jabatan ini untuk mencari tahu apa yang diperlukan ketika terjadi musibah ataupun bencana di luar ataupun kegiatan sosial seperti masalah yang diangkat pada latar belakang untuk memperbaiki dan mempertahankan citra yang positif.

4.1.3 Filosofi Logo Paguyuban Penggemar Motor

1. Perisai

Melambangkan perlindungan dan saling menjaga satu sama lain dalam kondisi apapun itu dan tidak mengandalkan dari pihak satu sisinya saja dan tidak mengandalkan hanya satu orang saja tetapi melakukan kerja sama tim yang baik.

2. Pita

Melambangkan kekeluargaan dalam organisasi karena pita dilambangkan juga sebagai pengikat dalam organisasi yang dimana pengertian mengikat ini diartikan sebagai anggota serta keluarga daripada organisasi ini.

3. Bintang

Pendiri menyebutkan logo bintang sengaja diadakan karena pendiri organisasi waktu itu berada di ruang lingkup kepolisian atau mitra dari kepolisian, maka dari itu logo diletakan diatas perisai

4. Warna biru, putih, dan merah

Warna biru melambangkan air yang terus menerus mengalir, segala krisis, konflik, dan isu yang dihadapi organisasi harus di selesaikan sesuai dengan jalurnya, putih dilambangkan sebagai kesucian dan kebersihan, yakni memperbanyak kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan, lalu merah di lambangkan sebagai pemberani, dalam arti warna ini kita berani menonjolkan hal positif kita tanpa menghilangkan identitas kita sebagai anak motor.

5. Tulisan Paguyuban Penggemar Motor

Ikatan yang dibuat bernama Paguyuban Penggemar Motor karena ingin menaungi dan mewadahi beberapa komunitas/organisasi yang bergerak di motor atau kendaraan roda 2.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Proses Penelitian dan Pengambilan data Informan

Proses pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan mewawancarai *Key Informan*, Informan 1, dan Informan 2, yakni :

- a) Bapak Paryono selaku Pendiri Pertama Komunitas Paguyuban Penggemar Motor serta menjabat menjadi Pembina Paguyuban Penggemar Motor (*Key Informan*).
- b) Bapak Karso Effendy Nur Ikhsan selaku Ketua Umum Paguyuban Penggemar Motor periode 2020-2023 (Informan 1).
- c) Bapak Carsito Abby Nugroho selaku Humas Paguyuban Penggemar Motor periode 2020-2023 (Informan 2)
Bertempat di Sekretariat Paguyuban Penggemar Motor di Jl. Ikhlas 6, Bumi Sawangan Indah 2 Depok, Jawa Barat.

Sedangkan untuk informan Triangulasi data penelitian, yakni :

- a) Bapak Soewarno selaku Ketua RT setempat.
- b) Bapak Muhummad Arief selaku Pengamat Komunitas Motor se-Indonesia
- c) Nowo Wiranto selaku Mitra Paguyuban Penggemar Motor

4.2.2 Hasil Penelitian

Strategi Humas Komunitas *Bikers* Paguyuban Penggemar Motor Dalam Mempertahankan Citra Pada Masyarakat Bumi Sawangan Indah 2 Depok

Berpedoman pada teori yang digunakan untuk penelitian ini yakni teori Strategi Humas (Ruslan dalam Firsa Nova 2014:41), maka langkah awal dari Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra adalah sebagai berikut :

1. Strategi Humas komunitas *Bikers* Paguyuban Penggemar Motor dalam mempublikasikan aktivitas organisasi

Dalam meningkatkan strategi yang dilakukan Humas komunitas *bikers* Paguyuban Penggemar Motor, Humas melakukan tahapan mengenai publikasi aktivitas demi mempertahankan citra, antara lain : mempublikasikan tentang kegiatan melalui sosial media "*facebook*" dan "*blogger*".

Key Informan "jadi kita masih jadi komunitas kecil yang menaungi beberapa komunitas kecil juga, nah jika ditanya tentang publikasi kami, ya kami hanya memberitahukan lewat media-media sosial seperti *Facebook* dan *Blogger* yang dilakukan oleh Humas kami, ya upaya kami sih masih sedikit ya untuk mempublikasikan karena di komunitas kami itu rata-rata sudah banyak yang berumur usianya jadi untuk memakai media yang lain ya kita masih gptek ya, tapi Alhamdulillah dengan kita menyebarkan melalui Media Massa aja sudah banyak bantuan dari komunitas yang diluar naungan kami" (Paryono, Laki-laki, Wawancara Tanggal 1 September 2022)

Informan 2 “saya memang ditugaskan oleh pembina saya untuk melakukan publikasi tentang kegiatan dan aktivitas yang dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor, namun karena keterbatasan beberapa hal seperti pekerjaan di luar Organisasi, saya hanya mampu mempublikasikan lewat beberapa akun media sosial saja, yang berawal dari *Facebook* Paguyuban Penggemar Motor saya memperkenalkan nama komunitas serta kegiatannya dan banyak yang berminat mengikuti beberapa aktivitas kita, mulai dari kopdar, santunan, bahkan baksos lainnya, lalu saya merambat lewat *Blogger*, nah disitu saya makin memperbanyak kegiatan-kegiatan kita, dari pengenalan komunitas yang dinaungi oleh kami serta kegiatan baksos lainnya” (Carsito Abby, Laki-laki, Wawancara Tanggal 4 September 2022)

Gambar 4.2

Blogger Paguyuban Penggemar Motor



2. *Event* yang telah dilakukan dalam rangka membangun opini

publik

Tahapan selanjutnya adalah *event* yang telah dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor untuk memperkenalkan organisasi kepada publik dengan tujuan untuk mempertahankan citra *Bikers* Paguyuban Penggemar Motor. Deperti yang telah dijabarkan oleh Informan 1 :

Informan 1 “jadi *event* yang telah kita lakukan itu lumayan cukup banyak, dari bakti sosial, santunan anak yatim, bahkan kita juga menaungi sebuah yayasan sendiri yang didalamnya ada sebuah pesantren. Jadi yang pertama itu kita melakukan bakti sosial terlebih dahulu yaitu melakukan bersih-bersih masjid yang dilakukan sebulan sekali, dan kegiatan itu rutin setiap bulannya. Kami punya tujuan agar masyarakat tidak menganggap kami itu tidak mempunyai kegiatan positif, kami akan menonjolkan kegiatan positif itu agar *image* kita baik di kalangan masyarakat” (Karso Effendy, Laki-laki, Wawancara Tanggal 1 September 2022)

Gambar 4.3

Event baksos bersih-bersih masjid



Jadi *event* yang telah dilakukan oleh Paguyuban Penggemar

Motor untuk mendekati diri kepada publik dilakukan dengan bakti sosial bersih-bersih masjid, dan masjid diatas sudah masjid ke-58 yang telah di bersihkan oleh Paguyuban Penggemar Motor yang diharapkan *event* ini dilakukan guna menarik perhatian publik. Seperti yang dijabarkan oleh Humas Paguyuban Penggemar Motor sebagai berikut :

Informan 2 “jadi terakhir kita melakukan bakti sosial bersih-bersih masjid itu tanggal 28 Agustus 2022, dikarenakan masjidnya kecil kita hanya memerlukan sedikit orang dan luar biasanya warga disekitar masjid pun ikut turut membantu kita untuk bersih-bersih masjid, dan Alhamdulillah pada bulan kemarin itu kita bersih-bersih masjid udah yang ke 58, dan diharapkan akan terus berjalan lebih banyak masjid lagi guna mengubah kita sebagai anak motor yang tidak mempunyai kegiatan positif ke kegiatan yang positif” (Carsito Abby, Laki-laki, Wawancara tanggal 4 september 2022)

3. Menciptakan berita yang bernilai menarik di media massa dalam mendapat perhatian publik

Tahapan selanjutnya adalah menciptakan berita yang bernilai dan menarik media massa demi mendapat perhatian publik guna mendapatkan perhatian publik agar makin meluas mengenai pemberitaan yang bertujuan mengenalkan kegiatan yang dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor, berikut pemaparan dari *key informan* pada penelitian ini sebagai berikut

Key informan “pada waktu itu kita sempat masuk koran Kompas, jadi waktu kita sedang melakukan giat bakti sosial di daerah Sawangan, pas ingin memulai

kegiatan ternyata ada orang didalam masjid yang sudah selesai melakukan shalat duha, ternyata orang itu adalah PERS Kompas, lalu dia memantau kegiatan kita dari awal sampai akhir, lalu mendokumentasikanya sedikit ketika kita sudah selesai membersihkan masjid, lalu orang itu meminta kontak saya dan keesokan harinya dia itu menelfon saya, dan memberitahukan jika giat baksos kita sudah masuk koran Kompas, sungguh luar biasa sekali perasaan kita ketika tau kegiatan kita diliput oleh wartawan Kompas” (Paryono, Laki-laki, Wawancara tanggal 1 September 2022)

4. Melaksanakan *government relations* dan hubungan antar komunitas

Tahap selanjutnya adalah melaksanakan hubungan kepada pemerintahan salah satunya adalah hubungan kepada Departemen Agama guna menjadi alas untuk membantu pembagian Al-Quran dan Juz amma. Hal tersebut dilakukan karena Organisasi Paguyuban Penggemar Motor bergerak pada kegiatan sosial, seperti yang dijabarkan oleh *Key Informan* sebagai berikut :

Key Informan “jadi kita bekerja sama dengan Departemen Agama untuk melakukan kegiatan sosial dengan membagikan Al-quran dan Juz amma kepada Masjid dan Mushollah yang membutuhkan itu, dan juga kita jika meminta 100 Al-Quran pun kepada Departemen Agama sangat mudah untuk dilakukan persetujuan, dikarenakan kami dengan Departemen Agama sangat didukung untuk kegiatan sosial yang kami lakukan” (Paryono, Laki-laki, Wawancara tanggal 1 September 2022)

Lalu dengan hubungan antar komunitas lokal, Humas Paguyuban Penggemar Motor pun ikut serta dalam melaksanakan

kegiatan hubungan antar komunitas lokal dan juga berhasil menggandeng 14 komunitas lokal dari Jabodetabek untuk masuk kedalam wadah Paguyuban Penggemar Motor, seperti yang telah dijabarkan oleh informan 2 sebagai berikut :

Informan 2 “kalo tugas saya yang lainnya si memang mengajak komunitas lain untuk ikut kegiatan kita ya, dari bakti sosial, santunan dan lain sebagainya, karena kalo kita yang jalan dari 1 komunitas aja si akan susah untuk mendapatkan perhatian, tapi kalo diikuti banyak komunitas juga kan kita dilihat juga malah jadi akin baik, karena kita tidak membawa 1 logo kita aja, tapi kita membawa banyak logo komunitas motor si Jabodetabek, ya kalo sekarang si udah ada 14 komunitas yang kita gandeng dan aktif mengikuti kegiatan kita” (Carsito Abby, Laki-laki, Wawancara tanggal 4 September 2022)

5. Upaya menjaga dan meningkatkan melalui citra publik

Tahapan selanjutnya adalah pencapaian yang dilakukan Humas Paguyuban Penggemar Motor guna menjaga nama baiknya dan menjaga citranya di era sekarang maupun di era yang akan datang. Segala bentuk hal dilakukan oleh Humas komunitas Paguyuban Penggemar Motor guna memperluas keberadaannya di mata masyarakat. Seperti yang dijabarkan oleh informan 1 penelitian sebagai berikut :

Informan 1 “untuk menjaga citra kami agar lebih baik ya kita pasti tetap melakukan giat baksos kita yang udah berjalan cukup lama ini, dan kita bisa keluar dari zona yang diluar sawangan, yang pasti kita akan pindah-pindah, niatnya si kita mau melebar ke daerah jabodetabek juga, agar masyarakat di luar juga

mengetahui kegiatan kita juga, semakin luas juga kan kita semakin mudah menjangkau dan terjun ke masyarakatnya dan bahkan lebih mudah mendekati diri kepada masyarakat” (Karso Effendy, Laki-laki, Wawancara tanggal 1 September 2022)

Strategi yang dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor dengan menonjolkan giat baksos yang dilakukan, karena dengan cara itu lah pandangan dari masyarakat terbentuk. Dan pasti masyarakat banyak yang penasaran tentang apa si organisasi Paguyuban Penggemar Motor, lalu apa sih kegiatannya, seperti yang dijabarkan oleh *key informan* sebagai berikut :

Key informan “jadi kita berupaya menjaga *image* kita didepan masyarakat, saya juga pengennya sih kegiatan ini ga di wilayah Sawangan juga, tapi saya inginnya tuh keluar wilayah kita, jadi jika kita keluar wilayah pasti banyak kan yang penasaran ama kita dari kita itu siapa, lalu kegiatan kita apa saja, dan bahkan kita ingin dipanggil kembali ke wilayah itu engan masjid yang berbeda, lalu pesantren yang kita bangun juga termasuk upaya kita juga karena dari pesantren itu juga kita memberi gratis pembiayaan bagi anak yatim” (Paryono, Laki-laki, Wawancara tanggal 1 September 2022).

6. Melakukan lobi dan negosiasi guna menciptakan komunikasi 2 arah dengan baik

Tahapan selanjutnya adalah melakukan lobi dan negosiasi dengan upaya melakukan *feedback* dalam memengaruhi pendapat dan opini masyarakat, seperti yang sudah dijabarkan oleh informan 2 sebagai berikut :

Informan 2 “jadi sebagai Humas saya juga harus

melihat dan mendengarkan respon dari masyarakat, apakah masyarakat suka dengan giat yang telah kita lakukan atau sebaliknya, dan kebanyakan masyarakat yang saya tanya tentang kegiatan kita kebanyakan memberi respon yang sangat positif dan sangat mendukung kegiatan kami” (Carsito Abby, Laki-laki, Wawancara tanggal 4 September 2022)

Dengan adanya respon positif dari masyarakat membuat semangat bagi anggota Paguyuban Penggemar Motor untuk menjadi lebih baik giat lagi dalam melakukan sosial-sosial lainnya, seperti yang sudah dipaparkan oleh Informan 1 sebagai berikut :

Informan 1 “yaa, saya mendapat kabar dari humas kita, sebagian besar masyarakat yang didekat masjid manapun sewaktu kita mengadakan bakti sosial bersih-bersih masjid juga mendukung dan berpengaruh positif bagi mereka, dan karena mereka positif menanggapi kita, kita jadi lebih semangat lagi untuk menjalankan giat baksos ini” (Karso Effendy, Laki-laki, Wawancara tanggal 1 September 2022)

7. Bentuk-bentuk kegiatan sosial yang dilakukan untuk kepedulian terhadap masyarakat sekitar

Tahapan selanjutnya mengenai bentuk-bentuk kegiatan sosial yang dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor yang bertujuan untuk kepedulian kepada masyarakat sekitar, seperti yang sudah dipaparkan oleh *key informan* sebagai berikut :

Key informan “ya itu tadi yang kita lakukan, jadi sebelum kita keluar untuk melakukan baksos, terlebih dahulu kita baksos di lingkungan sendiri, berhubung di wilayah kami ada masjid jadi kita harus menarik perhatian masyarakat terdekat terlebih dahulu, jadi hanya itu yang kita lakukan, dan juga kita menyalurkan

Al-Quran juga ke masjid dan mushalah terdekat, dengan begitu masyarakat akan tertarik perhatiannya dan bahkan terbantu karena mayoritas agama itu disini muslim” (Paryono, Laki-laki, Wawancara tanggal 1 September 2022)

Tidak hanya bersih-bersih masjid saja yang dilakukan oleh organisasi Paguyuban Penggemar Motor ini, melainkan juga membantu masyarakat yang terkena penyakit lalu membawanya kerumah sakit, seperti kemarin wabah *covid 19*, seperti yang telah dijabarkan oleh informan 2 sebagai berikut :

Informan 2 “jadi bukan hanya membantu ketika bersih-bersih masjid aja ya, kaya tahun lalu kita membantu juga warga sekitar yang terkena penyakit *covid 19*, karena kita memang ada mobil ambulance yang telah disiapkan dan itu punya organisasi, jadi kita dapat membantu masyarakat sekitar untuk mengantarkannya ke rumah sakit, dan kita membantu secara gratis” (Carsito Abby, Laki-laki, Wawancara tanggal 4 September 2022)

4.3 Pembahasan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian diatas strategi yang dilakukan Humas dalam mempertahankan citra di masyarakat Bumi Sawangan Indah 2 yang dikutip dalam buku Strategi Humas (Ruslan dalam Firsia Nova 2014:41) mengatakan pengertian strategi humas adalah alternatif yang optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan. Dapat diketahui berkembangnya organisasi Paguyuban Penggemar Motor dari era ke era merupakan suatu pencapaian terbesar organisasi Paguyuban Penggemar Motor.

Strategi demi strategi digunakan untuk memperoleh hasil yang maksimal dari program yang diluncurkan, sebagai pihak yang bertanggung jawab atas terciptanya persepsi masyarakat yang baik membuat organisasi Paguyuban Penggemar Motor makin giat melakukan kegiatan positif yang dapat membantu masyarakat.

Oleh karena itu, Paguyuban Penggemar Motor berusaha untuk meningkatkan pencapaian dari apa yang sudah dikerjakan, dengan cara menyusun kegiatan dengan rapi agar menciptakan persepsi masyarakat yang positif. Berpedoman dengan teori yang digunakan maka strategi Humas yang diterapkan untuk mempertahankan citra pada masyarakat Bumi sawangan Indah 2 adalah sebagai berikut :

1. *Publikasi* : Strategi Humas dalam mempublikasikan tentang kegiatan yang dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor telah dilakukan melalui media-media sosial, seperti *Facebook* dan *Blogger* yang didalam sosial media tersebut terdapat kegiatan-kegiatan Paguyuban Penggemar Motor dan aktivitas-aktivitas Paguyuban Penggemar Motor yang dapat dilihat oleh masyarakat luas untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.
2. *Event* : Strategi Humas Paguyuban Penggemar Motor dalam *event* telah dilakukan demi mendapat citra bagi Paguyuban Penggemar Motor, dan *event* yang telah disebutkan diatas sudah dilakukan dan akan dikembangkan kembali melalui *event* lainnya. Dan *event* yang dikembangkan juga bertujuan untuk mendapatkan atensi lebih dari masyarakat.
3. *News* : Strategi Humas Paguyuban Penggemar Motor telah dikutip oleh koran

Kompas, dan diharapkan juga akan menarik perhatian publik lebih banyak lagi dan diharapkan juga dapat merubah beberapa pemikiran negatif bagi masyarakat terhadap *bikers*.

4. *Community Involvement* (Kepedulian pada Komunitas) : Strategi Humas Paguyuban Penggemar Motor dalam hubungan antara organisasi dengan departemen agama dilakukan untuk membantu penyaluran Al-Quran dan Juz-Amma ke masjid atau Mushollah terdekat melalui kegiatan sosial Paguyuban Penggemar Motor dan telah dipercayai oleh Departemen Agama.
5. *Inform of image* (memberitahukan atau meraih citra) : Strategi yang dilakukan oleh Humas Paguyuban Penggemar Motor dalam menggapai upaya mendapatkan citra juga sudah mendapatkan beberapa tanggapan baik dari masyarakat banyak, banyak juga yang mendukung kegiatan Paguyuban Penggemar Motor dan Paguyuban Penggemar Motor pun berhasil mendapatkan citra baik dari masyarakat.
6. *Lobbying and Negotiation* : Strategi Humas Paguyuban Penggemar Motor juga sudah mempengaruhi opini masyarakat dan berhasil mengubah opini negatif tersebut menjadi opini yang sangat baik. Terbukti dari respon masyarakat yang mendukung kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Paguyuban Penggemar Motor.
7. *Social responsibility* (Tanggung jawab sosial) : Strategi yang dilakukan oleh Humas Paguyuban Penggemar Motor dalam bentuk respon sosial di sekitar Bumi Sawangan Indah telah dilakukan berbagai macam seperti Bakti sosial di Masjid lingkungan sekretariat, dan membawa beberapa masyarakat yang

sedang ditimpa wabah penyakit dengan membawanya ke Rumah Sakit tanpa dipungut biaya apapun.