

Komunikasi Terapeutik dan CSR Spiritual: Studi Kasus Pendampingan Penyandang Disabilitas Mental oleh Relawan Ritel Modern di Yayasan Pelita Jiwa

Reni Sara Indrawati^{1*}

¹ Universitas Pelita Harapan

*Corresponding email: reni.indrawati@lecturer.uph.edu

Abstrak: Kesehatan jiwa di Indonesia menghadapi krisis struktural dengan prevalensi gangguan mental emosional yang melonjak dari 6% (2013) menjadi 9,8% (2018). Di tengah terbatasnya tenaga profesional, peran relawan non-medis dalam pendampingan penyandang disabilitas mental menjadi krusial, terutama melalui pendekatan komunikasi. Artikel ini mengkaji praktik komunikasi terapeutik dan strategi CSR spiritual dalam kegiatan pendampingan penyandang disabilitas mental oleh relawan Persekutuan Doa MPPA di Yayasan Pelita Jiwa, Tangerang, pada 11 April 2026. Menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif dengan observasi partisipatif, dokumentasi, dan wawancara informal, penelitian ini melibatkan 35 penghuni yayasan dan 30 relawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi terapeutik yang diimplementasikan relawan melalui empati komunikatif, validasi afirmatif, dan pendengaran aktif berhasil menciptakan ruang aman bagi penyandang disabilitas mental untuk mengekspresikan diri. Kegiatan ini juga merepresentasikan model CSR spiritual yang memperluas paradigma tanggung jawab sosial ritel modern dari donasi material menuju kesejahteraan psikososial holistik. Artikel ini berkontribusi pada pengembangan konsep *Spiritual CSR Communication* dalam kajian komunikasi korporat dan komunikasi kesehatan di Indonesia.

Kata kunci: Komunikasi Terapeutik, CSR Spiritual, Pendampingan Penyandang Disabilitas Mental, Relawan, Ritel Modern, Komunikasi Interpersonal

Abstract: Mental health in Indonesia faces a structural crisis, with the prevalence of emotional mental disorders soaring from 6% (2013) to 9.8% (2018). Amidst the shortage of professionals, the role of non-medical volunteers in assisting persons with mental disabilities is crucial, particularly through communication approaches. This article examines the practice of therapeutic communication and spiritual CSR strategies in the mentoring activities for persons with mental disabilities by the MPPA Prayer Fellowship volunteers at Yayasan Pelita Jiwa, Tangerang, on April 11, 2026. Using a qualitative descriptive case study approach with participatory observation, documentation, and informal interviews, this study involved 35 foundation residents and 30 volunteers. The findings indicate that the therapeutic communication implemented by the volunteers through communicative empathy, affirmative validation, and active listening successfully created a safe space for persons with mental disabilities to express themselves. This activity also represents a spiritual CSR model that expands the modern retail corporate social responsibility paradigm from material donations toward holistic psychosocial well-being. This article contributes to the development of the concept of *Spiritual CSR Communication* in the study of corporate communication and health communication in Indonesia.

Keywords: Therapeutic Communication, Spiritual CSR, Assistance for Persons with Mental Disabilities, Volunteers, Modern Retail, Interpersonal Communication

PENDAHULUAN

Krisis kesehatan jiwa di Indonesia telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan. Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018, prevalensi gangguan mental emosional pada penduduk usia 15 tahun ke atas meningkat signifikan dari 6% pada 2013 menjadi 9,8% pada 2018, sementara prevalensi gangguan jiwa berat seperti skizofrenia mencapai 7 per 1.000 rumah tangga (Kementerian Kesehatan RI, 2019). Angka ini hanya mewakili puncak gunung es, mengingat banyaknya kasus yang tidak terdeteksi dan tidak terjangkau fasilitas kesehatan akibat stigma sosial dan keterbatasan akses geografis serta finansial.

Di tengah keterbatasan tenaga kesehatan jiwa profesional yang di Indonesia hanya berjumlah sekitar 1.000 psikiater untuk populasi 270 juta jiwa, peran aktor non-medis, termasuk keluarga, komunitas, dan relawan korporasi, menjadi sangat strategis. Namun, pendampingan oleh relawan non-profesional memiliki tantangan tersendiri, terutama dalam hal komunikasi. Bagaimana orang awam berkomunikasi dengan penyandang disabilitas mental, yang sering kali

mengalami hambatan persepsi, delusi, dan kecemasan sosial, menjadi pertanyaan sentral yang jarang dijawab dalam literatur ilmu komunikasi di Indonesia.

Di sisi lain, sektor swasta, khususnya industri ritel modern, tengah bertransformasi dalam praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jika dulu CSR dipahami sekadar donasi material dan bantuan logistik (Taufiq & Iqbal, 2021), kini muncul tuntutan agar CSR memberikan dampak psikososial yang nyata dan berkelanjutan (Porter & Kramer, 2006). Persekutuan Doa MPPA (PT. Matahari Putra Prima Tbk) menghadirkan model CSR yang unik: menggabungkan pelayanan rohani dan pendampingan personal bagi penyandang disabilitas mental di Yayasan Pelita Jiwa, Tangerang. Kegiatan yang bertajuk "Engkau Berharga" (Yesaya 43:4) pada 11 April 2026 ini menjadi artefak sosial yang kaya untuk dikaji.

Artikel ini hadir untuk menjawab dua pertanyaan besar dari perspektif Ilmu Komunikasi: Pertama, bagaimana praktik komunikasi terapeutik diimplementasikan oleh relawan awam dalam pendampingan penyandang disabilitas mental? Kedua, bagaimana kegiatan ini merepresentasikan model CSR spiritual yang dapat memperluas definisi komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan ritel modern? Dengan menjawab kedua pertanyaan tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkontribusikan konsep *Spiritual CSR Communication* sebagai konstruk teoretis baru dalam kajian komunikasi korporat dan komunikasi interpersonal di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Untuk mengkaji fenomena ini secara komprehensif, penelitian ini menggunakan tiga pilar teoritis utama yang saling terkait: (1) Komunikasi Terapeutik dan Komunikasi Interpersonal, (2) Spiritualitas dalam Konteks Kesehatan Jiwa, serta (3) CSR Spiritual sebagai Perluasan Komunikasi Korporat Ritel Modern.

Komunikasi Terapeutik dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Dalam tradisi ilmu komunikasi, komunikasi terapeutik sering kali disempitkan sebagai domain keperawatan atau psikologi klinis. Padahal, secara hakiki, komunikasi terapeutik adalah bentuk komunikasi interpersonal yang secara sadar untuk mencapai tujuan penyembuhan atau pemulihan aspek psikologis, sosial, dan spiritual individu (Stuart, 2013). Berbeda dengan pendekatan medis yang fokus pada gejala, pendekatan komunikasi terapeutik dalam ilmu komunikasi menekankan pada makna, simbol, dan relasi.

Beberapa elemen kunci komunikasi terapeutik yang relevan dengan pendampingan penyandang disabilitas mental oleh relawan adalah:

1. Empati Komunikatif: Kemampuan untuk memahami kerangka acuan (*frame of reference*) orang lain secara akurat dan mengomunikasikan pemahaman tersebut kembali kepadanya. Hal ini bukan sekadar "merasa", tetapi "menyampaikan rasa" melalui pesan verbal maupun non-verbal (Rogers, 1957).
2. Validasi Afirmatif: Tindakan komunikasi yang mengakui keberadaan dan perasaan lawan bicara sebagai sesuatu yang sah dan berharga. Bagi penyandang disabilitas mental yang sering menghadapi delegitimasi sosial, validasi menjadi momen kritis untuk membangun kembali konsep diri.
3. Pendengaran Aktif (*Active Listening*): Teknik mendengarkan yang melibatkan seluruh indra, memberikan umpan balik non-verbal (anggukan, kontak mata), dan *paraphrasing* untuk memastikan pesan diterima dengan akurat (Egan, 2014).

Penelitian tentang komunikasi interpersonal perawat menunjukkan bahwa kombinasi keterbukaan, kepercayaan, dan empati menghasilkan tingkat kesembuhan yang signifikan pada pasien dengan masalah kejiwaan (Komunikasi Interpersonal Perawat, 2024). Meskipun dilakukan oleh non-profesional, relasi interpersonal antara tenaga non-medis dan penyandang disabilitas mental terbukti berlangsung secara spontan namun tetap menghasilkan fungsi

terapeutik (Rancangan Model Relasi Interpersonal, 2026) melalui celah inilah akan dieksplorasi dalam sebuah studi kasus komunikasi.

Spiritualitas sebagai Modal Komunikatif bagi Penyandang Disabilitas Mental

Spiritualitas bukanlah entitas abstrak yang terpisah dari komunikasi. Dalam konteks kesehatan jiwa, spiritualitas berfungsi sebagai *meaning-making system* sistem pembuatan makna yang membantu individu menafsirkan penderitaan dan keterbatasan mereka (Pargament, 1997). Penelitian kuantitatif mutakhir menunjukkan korelasi positif signifikan antara tingkat spiritualitas dan kualitas hidup pasien skizofrenia ($r = 0.524$, $p < 0.05$) (Hubungan Tingkat Spiritualitas, 2025).

Lebih lanjut, penelitian internasional menemukan bahwa spiritualitas berkorelasi negatif dengan *psychological inflexibility* ($r = -0.576$) dan *hopelessness* ($r = -0.431$) pada pasien skizofrenia (Examining Spirituality, 2026). Hal ini berarti, semakin tinggi spiritualitas seseorang, semakin rendah kekakuan psikologis dan keputusasaannya. Dalam komunikasi, spiritualitas memberikan kosa kata harapan (*vocabulary of hope*) yang memungkinkan penyandang disabilitas mental untuk merumuskan ulang narasi hidup merek dari narasi "saya sakit" menjadi "saya berharga".

Kegiatan doa dan ceramah rohani yang dilakukan oleh MPPA bukan sekadar ritual keagamaan, tetapi merupakan tindakan komunikasi simbolik yang memfasilitasi pembentukan makna baru tentang diri. Inilah yang akan dibahas sebagai bagian dari strategi komunikasi terapeutik.

CSR Spiritual: Perluasan Konsep Komunikasi Tanggung Jawab Sosial

Konsep CSR dalam komunikasi korporat sering kali direduksi menjadi sekadar *corporate philanthropy* atau *green marketing*. Di Indonesia, CSR ritel modern masih didominasi oleh aktivitas donasi dan bantuan logistik (detikcom, 2024; Antara, 2025). Namun, teori komunikasi korporat mutakhir menekankan bahwa CSR yang efektif adalah CSR yang membangun "nilai bersama" (*shared value*) dan memiliki narasi autentik yang terhubung dengan emosi pemangku kepentingan (Porter & Kramer, 2006; Strategi Komunikasi Korporat, 2026).

Artikel ini mengusulkan konsep CSR Spiritual sebagai perluasan dari CSR strategis. CSR Spiritual didefinisikan sebagai:

Praktik komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan yang secara sadar mengintegrasikan nilai-nilai spiritual (seperti kasih, penerimaan, dan harapan) ke dalam program pemberdayaan masyarakat, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan psikososial dan eksistensial penerima manfaat, serta menciptakan narasi korporat yang lebih manusiawi.

Konsep ini memiliki tiga pilar:

1. Dimensi Komunikatif : Program dikomunikasikan melalui interaksi tatap muka langsung, bukan sekadar siaran pers.
2. Dimensi Eksistensial : Program menyentuh kebutuhan dasar akan makna hidup dan harga diri.
3. Dimensi Relasional: Program membangun ikatan sosial jangka pendek maupun jangka panjang antara pemberi dan penerima manfaat.

Dengan menggunakan tiga landasan teori ini, analisis terhadap kegiatan MPPA akan dilakukan secara struktural dan mendalam.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini dibangun di atas premis bahwa pendampingan penyandang disabilitas mental oleh relawan ritel modern adalah persimpangan antara tiga domain: (1) Praktik Komunikasi Terapeutik (domain Ilmu Komunikasi Interpersonal), (2) Nilai

Spiritualitas (domain psikologi sosial dan agama), dan (3) Strategi CSR Korporat (domain komunikasi organisasi/perusahaan). Studi kasus ini akan mengamati bagaimana tiga domain tersebut berinteraksi dalam kegiatan Persekutuan Doa MPPA untuk menghasilkan dampak psikososial bagi penyandang disabilitas mental.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif (Yin, 2014). Kasus yang dikaji adalah kegiatan "Engkau Berharga" yang diselenggarakan oleh Persekutuan Doa MPPA di Yayasan Pelita Jiwa, Tangerang, pada 11 April 2026. Subjek penelitian adalah 35 penghuni yayasan (laki-laki dewasa ****Penyandang Disabilitas Mental****) dan 30 relawan. Total peserta ± 65 orang (Tabel 1).

Tabel 1. Komposisi Peserta Kegiatan

No	Kelompok	Jumlah
1	Penghuni Yayasan Pelita Jiwa (Penyandang Disabilitas Mental)	35 orang
2	Relawan Tim MPPA	30 orang
3	Total	65 orang

Teknik Pengumpulan Data:

1. Observasi Partisipatif: Penulis terlibat langsung sebagai relawan, mengamati secara sistematis perilaku komunikasi relawan dan respons penyandang disabilitas mental.
2. Dokumentasi: Foto dan catatan lapangan untuk merekam momen interaksi.
3. Wawancara Informal: Dengan pengurus yayasan untuk memperoleh data kontekstual latar belakang penghuni (tanpa perekaman dan identitas, sesuai keterbatasan etis).

Analisis Data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014): reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan akan dibagi menjadi dua bagian besar sesuai dengan judul penelitian, yaitu analisis terhadap (A) Praktik Komunikasi Terapeutik Relawan dan (B) Model CSR Spiritual yang Terbangun, serta (C) Sintesis menuju Konsep Spiritual CSR Communication.

Praktik Komunikasi Terapeutik oleh Relawan Awam

Kegiatan yang berlangsung pada 11 April 2026 terdiri dari empat sesi: (1) ceramah rohani, (2) olahraga dan perlombaan, (3) pembagian sembako, dan (4) konseling personal. Dari keempat sesi tersebut, interaksi komunikasi terapeutik paling intens terjadi pada sesi olahraga dan perlombaan serta konseling personal.



Gambar 1. Kegiatan Pendampingan CSR Spiritual oleh Relawan MPPA di Yayasan Pelita Jiwa

Pada Gambar 1. Dokumentasi kegiatan menunjukkan keterlibatan langsung relawan MPPA bersama penghuni Yayasan Pelita Jiwa dalam program pendampingan sosial berbasis nilai spiritual. Interaksi kelompok tersebut menjadi konteks awal munculnya praktik komunikasi terapeutik, dimana relawan tidak hanya memberikan bantuan material, tetapi membangun hubungan sosial melalui kebersamaan, penghargaan, dan penerimaan terhadap penyandang disabilitas mental.

Penggunaan Empati Komunikatif

Pada sesi olahraga dan lomba, relawan tidak hanya berperan sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai *co-participant*. Beberapa relawan dengan sengaja "menurunkan" diri mereka dengan duduk di lantai, tersenyum, dan menggunakan nada suara yang lembut saat berkomunikasi dengan penyandang disabilitas mental yang tampak cemas. Dalam ilmu komunikasi, tindakan ini disebut *equalizing posture* merendahkan posisi fisik untuk mengurangi jarak kekuasaan komunikatif. Seorang penghuni yang awalnya menunduk mulai merespons ketika seorang relawan mengatakan, "Ayo main sama saya, tidak apa-apa meski kalah." Pernyataan ini mengandung empati komunikatif karena relawan berhasil mengantisipasi kecemasan dan memberikan afirmasi bahwa "kegagalan" tidak mengancam harga dirinya.



Gambar 2. Praktik Empati Komunikatif melalui Interaksi Tatap Muka antara Relawan dan Penghuni Yayasan

Pada Gambar 2. Interaksi interpersonal yang berlangsung secara informal memperlihatkan strategi komunikasi relawan dalam mengurangi jarak psikologis dengan penghuni yayasan. Posisi duduk sejajar dan percakapan langsung mencerminkan pendekatan komunikasi terapeutik berbasis empati dan penerimaan.

Hal ini sejalan dengan temuan Rogers (1957) bahwa empati yang terkomunikasikan secara eksplisit mampu menurunkan defensivitas individu. Berbeda dengan pasien klinis yang mendapatkan terapi profesional, penyandang disabilitas mental di yayasan ini merespons lebih baik pada pendekatan yang cair dan menyenangkan, yang menegaskan bahwa komunikasi terapeutik tidak harus selalu formal dan klinis.

Validasi Afirmatif sebagai Pembangun Makna Diri

Tema kegiatan "Engkau Berharga" (Yesaya 43:4) bukan sekadar slogan, melainkan inti pesan komunikasi yang diulang-ulang oleh relawan. Dalam sesi konseling personal, beberapa relawan terlihat menggunakan teknik *affirmative validation*: "Saya dengar cerita bapak, itu sangat berat. Tapi bapak masih di sini, masih berjuang, itu luar biasa."



Gambar 3. Pemberian Apresiasi sebagai Bentuk Validasi Afirmatif dalam Pendampingan Psikososial

Pada Gambar 3. Pemberian apresiasi dalam kegiatan pendampingan berfungsi sebagai simbol komunikasi positif yang menegaskan bahwa setiap individu memiliki nilai dan kebermaknaan sosial. Praktik tersebut menjadi bentuk komunikasi afirmatif yang membantu membangun kembali rasa percaya diri penyandang disabilitas mental.

Pernyataan ini sangat penting secara komunikatif. Penyandang disabilitas mental sering kali menghadapi "stigma ganda" stigma dari masyarakat dan stigma internal (rasa malu/bersalah). Validasi afirmatif berfungsi sebagai *counter-stigma communication* yang membangun ulang narasi diri. Penelitian tentang program kesehatan berbasis komunitas menemukan bahwa dukungan sosial dan emosional berkontribusi pada peningkatan rasa dihargai secara sosial pada kelompok rentan (Program Sehat Bersama VIVA, 2025).

Pendengaran Aktif dalam Sesi Konseling

Meskipun sesi konseling bersifat informal dan singkat, relawan menunjukkan teknik pendengaran aktif: mengangguk, mempertahankan kontak mata, tidak memotong pembicaraan, dan melakukan *paraphrasing* (mengulang kembali inti cerita dengan kata-kata mereka sendiri). Teknik ini menciptakan "ruang aman" (*safe space*) bagi penyandang disabilitas mental, yang sering kali merasa tidak didengarkan di kehidupan sosial mereka sebelumnya. Dari hasil wawancara informal dengan pengurus, diketahui bahwa beberapa penghuni memiliki latar belakang kebangkrutan usaha dan kehilangan identitas sosial. Pendengaran aktif oleh relawan berfungsi sebagai momen restorasi martabat.

Dinamika ini sepenuhnya sesuai dengan temuan mengenai komunikasi terapeutik di mana pembinaan hubungan saling percaya (*rapport*) menjadi prasyarat untuk membuka komunikasi yang bermakna (Penggunaan Teknik Komunikasi Terapeutik, 2015).

Model CSR Spiritual dalam Komunikasi Korporat Ritel Modern Melampaui Donasi Material

Kegiatan MPPA ini tidak berhenti pada pembagian sembako. Jika hanya sembako, tidak ada bedanya dengan CSR konvensional. Nilai tambahnya terletak pada interaksi langsung yang sarat akan nilai spiritual. Relawan tidak datang dengan sikap "pemberi" yang superior, tetapi sebagai "sahabat" yang duduk bersama, berdoa, dan mendengarkan.

Dari perspektif komunikasi korporat, ini adalah bentuk *experiential CSR* dimana karyawan atau relawan tidak hanya menyumbang uang, tetapi menyumbangkan kehadiran emosional. Penelitian tentang strategi komunikasi digital ritel modern menunjukkan bahwa audiens (konsumen) memberikan *engagement* tertinggi pada konten CSR yang menunjukkan interaksi manusiawi, bukan sekadar angka donasi (Strategi Komunikasi Korporat, 2026). Dengan kata lain, narasi kami mendengarkan dan mendoakan jauh lebih kuat secara komunikatif daripada narasi "kami menyumbang Rp X".

Integrasi Nilai Spiritual dalam Program CSR

Tema "Engkau Berharga" adalah pesan spiritual yang sekaligus menjadi pesan *public relations*. MPPA, sebagai bagian dari korporasi ritel, membangun citra sebagai perusahaan yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga peduli pada keberadaan eksistensial manusia. Bagian ini adalah bentuk *branding* yang sangat halus dan autentik.

Berbeda dengan CSR *greenwashing* yang sering dikritik, CSR Spiritual seperti ini sulit dipalsukan karena membutuhkan keterlibatan emosional dan fisik yang nyata dari para relawan. Kegiatan ini menciptakan apa yang disebut oleh Kotler & Lee (2005) sebagai *cause-related marketing* yang tulus.

Dampak Ganda bagi Relawan dan Perusahaan

Perlu dicatat bahwa kegiatan ini juga meningkatkan *spiritual well-being* para relawan itu sendiri, sebagaimana ditemukan dalam penelitian tentang *caregiver* skizofrenia (Rahman, Kusmawati, & Tohari, 2021). Relawan yang terlibat dalam pelayanan sosial cenderung mengalami peningkatan kepuasan hidup dan penurunan stres. Bagi perusahaan, hal ini berdampak pada peningkatan *employee engagement* dan loyalitas karyawan. Dengan demikian, CSR Spiritual menciptakan *virtuous cycle* (siklus kebajikan) yang menguntungkan semua pihak. Penyandang disabilitas mental mendapat pendampingan, relawan mendapat makna hidup, dan perusahaan mendapat reputasi positif.

Sintesis: Menuju Konsep Spiritual CSR Communication

Berdasarkan analisis di atas, dikemukakan konstruk teoretis baru yang disebut Spiritual CSR Communication, dimana adalah turunan dari konsep CSR Spiritual yang lebih menekankan pada aspek proses komunikasi di dalamnya.

Spiritual CSR Communication didefinisikan sebagai strategi komunikasi organisasi atau perusahaan dalam menjalankan program tanggung jawab sosial yang secara sadar memanfaatkan simbol-simbol spiritual, ritual kebersamaan, dan dialog interpersonal untuk menciptakan makna bersama (*shared meaning*) antara korporasi dan komunitas rentan, dengan tujuan restorasi martabat dan kesejahteraan psikologis penerima manfaat, serta pembentukan reputasi korporat yang autentik. Karakteristik utamanya adalah:

1. Simbolisme: Penggunaan kata-kata afektif seperti "berharga", "dikasihi", "kuat".
2. Ritualitas: Doa bersama menciptakan ikatan emosional kolektif.
3. Dialogis: Komunikasi dua arah yang setara, bukan monolog propaganda.

Konsep ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian kuantitatif di masa depan, misalnya dengan menguji korelasi antara intensitas program CSR Spiritual dengan reputasi merek atau loyalitas pelanggan di industri ritel.

SIMPULAN

Berdasarkan studi kasus kegiatan Persekutuan Doa MPPA "Engkau Berharga" di Yayasan Pelita Jiwa, Tangerang, dapat disimpulkan dua hal utama: Pertama, relawan awam dari ritel modern mampu mengimplementasikan komunikasi terapeutik secara efektif melalui pendekatan empati komunikatif, validasi afirmatif, dan pendengaran aktif. Meskipun tanpa latar belakang kesehatan mental, kemampuan interpersonal dasar yang dilandasi ketulusan terbukti mampu menciptakan ruang aman bagi penyandang disabilitas mental untuk berekspresi. Hal ini membuka peluang bagi pelatihan komunikasi terapeutik bagi karyawan perusahaan sebagai bagian dari program CSR.

Kedua, kegiatan ini merepresentasikan model CSR Spiritual yang memperluas makna tanggung jawab sosial ritel modern dari sekadar donasi material menuju kesejahteraan psikososial holistik. Artikel ini berkontribusi konsep *Spiritual CSR Communication* sebagai kerangka baru dalam kajian komunikasi korporat dan komunikasi kesehatan di Indonesia.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ketiadaan wawancara terstruktur dan terdokumentasi dengan pengurus yayasan serta ketiadaan pengukuran dampak psikologis jangka panjang pada penyandang disabilitas mental. Penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan metode campuran (kuantitatif-kualitatif) untuk mengukur efektivitas komunikasi terapeutik relawan secara lebih terukur, serta mengeksplorasi persepsi publik konsumen terhadap program CSR Spiritual ritel modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pengurus dan penghuni Yayasan Pelita Jiwa, Tangerang, serta tim relawan Persekutuan Doa MPPA yang telah memberikan akses dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga kepada Universitas Pelita Harapan atas dukungan akademik yang memungkinkan tersusunnya artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2025). Ranch Market beri ratusan paket untuk anak sekolah alam Bantar Gebang. *ANTARA News*. <https://www.antaranews.com>
- Ariyani, S., & Mamnu'ah. (2014). Pemenuhan Kebutuhan Spiritual Mempengaruhi Kualitas Hidup Pasien Skizofrenia. *Jurnal Kebidanan dan Keperawatan*, 10(2), 66.
- BMC Psychiatry. (2025). The mediating role of spiritual well-being in the relationship between self-care agency and hope in patients diagnosed with schizophrenia. *BMC Psychiatry*, 25(1).
- detikcom. (2024). Alfamart Raih 'Retail Penggerak Keberlanjutan Lingkungan' detikcom Awards 2024. *detikcom*.
- Egan, G. (2014). *The Skilled Helper: A Problem-Management and Opportunity-Development Approach to Helping* (10th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Examining Spirituality, Psychological Inflexibility, and Hopelessness in Schizophrenia: A Mediation Nursing Study. (2026). *European Journal of Psychiatry*.
- Hubungan Tingkat Spiritualitas dengan Tingkat Kualitas Hidup Pasien Skizofrenia. (2025). *Jurnal Global Health Science Group*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2019). *Laporan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Nasional 2018*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.

- Komunikasi Interpersonal Perawat Dalam Penyembuhan Pasien Skizofrenia di UPTD RSUD Kabupaten Aceh Tengah. (2024). *Repository Ar-Raniry*.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pargament, K. I. (1997). *The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice*. New York: Guilford Press.
- Penggunaan Teknik Komunikasi Terapeutik Perawat untuk Peningkatan Konsep Diri pada Pasien Skizofrenia. (2015). *Keslan Kemenkes*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Program Sehat Bersama VIVA Raih Penghargaan CSR Terbaik 2025. (2025). *Sindo News*.
- Rahman, N. O., Kusmawati, A., & Tohari, H. M. A. (2021). Dinamika Spiritual Well-Being untuk Meningkatkan Kualitas Hidup pada Caregiver Skizofrenia. *Khidmat Sosial*, 2(1), 1-66.
- Rancangan Model Relasi Interpersonal Pramujiwa Klien Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) di Satpel Bina Laras Sakurjaya. (2026). *Open Library Telkom University*. (Perlu dicatat: meskipun judul asli menggunakan istilah lama, kontennya tetap relevan sebagai rujukan)
- Rogers, C. R. (1957). The Necessary and Sufficient Conditions of Therapeutic Personality Change. *Journal of Consulting Psychology*, 21(2), 95-103.
- Strategi Komunikasi Korporat melalui Media Digital: Analisis Komparatif Empat Brand Ritel Modern di Indonesia. (2026). *Jurnal Universitas 45 Surabaya*.
- Stuart, G. W. (2013). *Principles and Practice of Psychiatric Nursing* (10th ed.). St. Louis: Elsevier Mosby.
- Taufiq, A. R., & Iqbal, A. (2021). Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 6(1), 22-36.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.