

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Strategi merupakan hal yang selalu ada dalam kehidupan manusia, dapat dikatakan bahwa strategi diperlukan dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia, dimana setiap manusia memiliki perasaan dan juga logika, tidak hanya perasaan yang digunakan untuk menjalankan kehidupan, perlu beriringan dengan logika sebagai langkah untuk berpikir bagaimana caranya dalam menjalankan kehidupan yang seharusnya manusia lakukan. Begitupun dengan strategi humas di perusahaan, dimana humas harus memiliki langkah dalam setiap aktivitas yang dilakukan, tidak hanya aktivitas yang ada di dalam perusahaan saja, namun juga harus mementingkan aktivitas yang berada di sekitar atau luar perusahaan.

Strategi juga menurut Onong Uchjana Effendy (2015) dapat diartikan sebagai suatu bentuk perencanaan yang tidak hanya memberikan panduan arah, tetapi juga menetapkan teknik-teknik yang akan digunakan dalam pelaksanaannya. (Effendy dalam Amanda, 2023:17)

Dapat peneliti jelaskan bahwa strategi humas merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh humas dalam suatu perusahaan untuk melakukan berbagai program, humas tidak akan dapat melakukan berbagai program tersebut jika tidak

didasari dengan strategi. Tanpa strategi, humas tidak akan dapat melakukan kegiatan yang semestinya humas dalam sebuah perusahaan atau organisasi lakukan. Karena kegiatan yang dilakukan humas merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan yang perlu direncanakan secara matang dan tidak dapat terlepas dalam strategi. Dengan strategi yang dirancang secara matang, maka program yang akan dilakukan akan berjalan dan menghasilkan suatu keuntungan ataupun perubahan yang lebih baik dari kedua belah pihak. Seperti halnya terbentuknya hubungan yang baik antara publik dengan perusahaan.

Strategi humas juga dapat peneliti jelaskan sebagai upaya untuk membangun hubungan positif dengan publik internal dan eksternal. Strategi humas mencakup berbagai aktivitas kehumasan. Seperti menginformasikan kemudian menjelaskan hal apa yang penting baik hal penting yang menyangkut perusahaan ataupun publik, dan juga aktivitas untuk melakukan kegiatan sosial. Humas dalam suatu perusahaan diharapkan dapat berperan sebagai penghubung antara publik dengan organisasi atau lembaga. Tugas bagi seorang humas atau *Public Relations* adalah untuk memperkuat hubungan baik internal dan eksternal pada suatu perusahaan.

*Public Relations* atau Humas dapat dikatakan semakin kuat karena berkembangnya demokrasi, dimana masyarakat memperoleh kebebasan untuk menyuarakan pendapat dan berkomunikasi, serta mengambil keputusan yang berdampak pada kehidupan mereka salah satunya dalam suatu komunitas. Baik individu maupun kelompok dalam komunitas tersebut memiliki beragam

perspektif, keputusan, dan tindakan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan dan vitalitas mereka. (Ardianto, 2018:5)

“*Public relations* adalah fungsi manajemen dalam rangka membangun dan mempertahankan hubungan yang baik, bermanfaat antara organisasi dengan *public*, sehingga dapat memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.” (Cutlip dalam Jauhari, 2021:31)

Humas dalam sebuah perusahaan memang memiliki tanggung jawab dalam membangun hubungan yang baik melalui berbagai strategi yang dilakukan. Strategi humas tersebut dilakukan pada kegiatan atau aktivitas humas, baik internal ataupun eksternal. Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh humas baik dalam internal *public relations* atau eksternal *public relations* sangatlah bervariasi, namun pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada kegiatan eksternal *public relations*.

Aktivitas humas eksternal adalah satu bentuk aktivitas yang harus direncanakan dan diatur dengan strategi oleh humas, dalam bentuk hubungan dengan publik eksternal, diantaranya *pers*, *community*, *government*, dan lain-lain. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada hubungan humas dengan *community* (masyarakat). Melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

“*Community relations* merupakan bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, kualitas hidup karyawan dan keluarga serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Pengakuan dan dukungan dari masyarakat perlu dipupuk sehingga ada keberlanjutan hubungan dengan masyarakat. Untuk itu *Public Relations Organization* (PRO) harus selalu memberikan kegiatan *community relations* secara jelas sehingga masyarakat dapat memahami dan terus mendukung program ini.” (Cutlip & Center dalam Rochmaniah et al., 2021:28)

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk nyata dari kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk turut

serta dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, perusahaan atau dunia bisnis memiliki peran penting dalam mengambil tindakan yang bertanggung jawab secara sosial dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. (Situmeang, 2016:9)

“CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.” (Kotler & Nancy dalam Kholis, 2020:5)

Menurut paparan di atas peneliti beranggapan bahwa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas yang dilakukan oleh setiap perusahaan melalui humas, yang bertujuan sebagai jembatan antara masyarakat dengan perusahaan melalui berbagai aktivitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana melalui aktivitas tersebut akan terbentuknya hubungan yang baik dan menghasilkan citra positif bagi perusahaan.

Citra dalam sebuah perusahaan dapat didefinisikan sebagai kesan yang dipersepsikan secara keseluruhan terhadap suatu organisasi yang bersumber dari perilaku dan reputasi. (Ardianto, 2018:59). Adapun definisi citra seperti yang dikatakan oleh Siswanto Sutojo (2004), dalam bukunya yang berjudul *Membangun Citra Perusahaan*, yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto (2018:63) mengatakan bahwa:

“Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi. Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan.” (Sutojo dalam Ardianto, 2018:63)

Program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya sebagai bentuk tanggung jawab sosial untuk menyejahterakan

masyarakat, namun akan meningkatkan suatu citra yang positif di mata masyarakat yang mendapat bantuan tersebut, kemudian citra tersebut akan menimbulkan suatu persepsi yang baik di mata masyarakat, dan akan menjadi keuntungan mendapatkan citra yang baik bagi perusahaan. Seperti halnya citra PT PLN Indonesia Power Saguling POMU dapat dikatakan sudah cukup baik di mata masyarakat.

Hadirnya berbagai program yang dilakukan dapat meningkatkan citra dari PT PLN Indonesia Power Saguling POMU. Karena hal tersebut merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat, salah satunya yaitu melalui program CSR mitra binaan, dimana tidak banyak masyarakat mengetahui bahwa PT PLN Indonesia Power Saguling POMU dalam melakukan tanggung jawab sosial tidak hanya dalam bentuk bantuan dana ataupun infrastruktur saja, namun terdapat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada mitra binaan yang melibatkan masyarakat yang membutuhkan program tanggung jawab sosial tersebut.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power Saguling POMU, dimana memiliki berbagai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan melalui humasnya, selain untuk kesejahteraan masyarakatnya program tersebut dapat meningkatkan citra PT PLN Indonesia Power Saguling POMU.

Perlu diketahui bahwa PT PLN Indonesia Power merupakan salah satu Unit Usaha PT PLN Indonesia Power yang beroperasi pembangkitan tenaga listrik, dan juga mengelola pembangkit diantaranya: PLTA Saguling, PLTA Ubrug, PLTA Kracak, PLTA Plengan, PLTA Cikalong, PLTA Bengkok, PLTA Parakankondang, PLTA Lamajan.

PT PLN Indonesia Power Saguling POMU yang berada di Kabupaten Bandung Barat ini merupakan unit perusahaan dari PT PLN Indonesia Power, yang dimana PT PLN Indonesia Power merupakan anak perusahaan dari PT PLN (Perusahaan Listrik Negara). Terdapat berbagai divisi, salah satunya yaitu divisi humas dan keamanan, dalam divisi ini peneliti fokus pada program kehumasannya. Seperti halnya dengan perusahaan lain, PT PLN Indonesia Power Saguling POMU memiliki berbagai program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, yang menjadi fokus penelitian ini yaitu pada salah satu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada mitra binaan.

Elkington mengemas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke dalam tiga konsep, 3P (*profit, people, planet*), yaitu selain memperoleh keuntungan (*profit*), perusahaan harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), serta turut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). (Elkington dalam Situmeang, 2016:7)

“*Triple Bottom Line* (3P: *People, Planet, dan Profit*). Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).” (Kholis, 2020:8,9)

Dapat peneliti simpulkan bahwa, ketiga konsep tersebut merupakan hal penting bagi perusahaan agar dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan terhadap program yang dilakukan perusahaan. Karena konsep tersebut sebagai pegangan yang dilakukan dalam setiap melakukan kegiatan atau aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Konsep *Triple Bottom Line* yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah *People* (masyarakat). Dimana dalam salah satu yang menjadi fokus dalam

penelitian ini yaitu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melibatkan sekelompok masyarakat disabilitas. Dengan melibatkan kelompok masyarakat disabilitas perusahaan tidak hanya semata karena keuntungan saja dalam menjalankan suatu program tanggung jawab sosial tersebut, namun perusahaan harus memiliki kepedulian yang dapat diwujudkan dengan cara mendukung dan membantu kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat penyandang disabilitas.

Disabilitas merupakan orang-orang yang memiliki kebutuhan khusus, dan banyak disabilitas yang tidak bisa melakukan kegiatan seperti manusia normal pada umumnya, karena memiliki beberapa kendala ketika melakukan aktivitas tersebut. Berbagai pandangan masyarakat beranggapan bahwa kaum disabilitas tidak dapat melakukan kegiatan yang dapat mereka lakukan seperti halnya masyarakat normal pada umumnya. Namun melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada mitra binaan yang di lakukan humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU ini merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan pada masyarakat sekitar.

Dalam proposal program Mitra Binaan Vokasi Disabilitas menjelaskan bahwa, yang dilakukan humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU yang melibatkan disabilitas tersebut merupakan program mitra binaan dengan nama Vokasi Disabilitas. Mitra binaan Vokasi Disabilitas ini sudah berlangsung sejak tahun 2021 hingga saat ini, yang dipelopori oleh alumni SLB Negeri Bandung Barat desa Ciptaharja Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat. Mayoritas anggota kelompok adalah penyandang disabilitas mulai dari *tunadaksa*,

*tunagrahita, cerebal palsy, down syndrome, tunarungu, hingga penyandang autisme,* dimana hal tersebut menjadi permasalahan serius bagi sekolah dan kelompok dalam mendukung serta mengantarkan mereka ke gerbang kesetaraan di lingkungan masyarakat.

Tingkat keberagaman kondisi disabilitas ini berpengaruh terhadap kesempatan yang dimiliki kaum disabilitas. Minim bagi kaum disabilitas memiliki kesempatan dapat diterima pada dunia kerja maupun industri. Selebihnya mereka menjadi salah satu masalah sosial yang ada di masyarakat. Keadaan demikian tidak dapat dianggap sepele atau dibiarkan karena mereka merupakan salah satu bagian dalam masyarakat. Perlu sebuah upaya nyata untuk mengatasi keadaan tersebut agar tidak semakin banyak kaum disabilitas yang telah lulus tidak memiliki keterampilan untuk bekal menjalani kehidupan

“Dulu itu tidak ada, sampai orang tua bingung ketika anaknya lulus mau menjadi apa mereka, hal tersebut berarti apa yang diajarkan disana belum ke arah vokasional. Ketika kita buat program ini sebetulnya arahan kami lulusan ini yang akan kita gandeng, namun lulusannya masih sedikit, tapi lulusannya ternyata ada impact nya juga, lulusan yang sedikit itu sekarang penghasilannya juga cukup bagus.” (Taufan, Wawancara Informan Kunci 1, Pra Penelitian, 31 Maret 2023)

Dapat peneliti simpulkan terkait hal di atas, bahwa permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat tersebut, dengan menjadikan vokasi disabilitas sebagai salah satu mitra binaan PT PLN Indonesia Power Saguling POMU merupakan suatu langkah yang perusahaan lakukan untuk kesejahteraan masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan, salah satunya masyarakat disabilitas tersebut. Karena kekhawatiran orangtua terhadap anak disabilitas memang merupakan hal yang perlu dipikirkan bersama bagaimana caranya agar kaum disabilitas tetap bisa melakukan kegiatan di tengah masyarakat normal lainnya.



Kaitan dalam permasalahan tersebut humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU memiliki tanggung jawab untuk kesejahteraan masyarakatnya untuk memberikan program bantuan, menurut Cutlip dan kawan-kawan setiap humas dalam melakukan aktivitas dalam program mereka terdapat 4 tahap yang harus dijalankan. Yang pertama yaitu tahap mendefinisikan masalah, dimana humas PT PLN Indonesia Power mencari tahu mengenai opini, sikap, dan perilaku masyarakat, dengan melihat masalah apa yang sedang terjadi di masyarakat sekitarnya, kemudian pada tahap yang kedua, yaitu perencanaan dan program, dimana ketika humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU ketika memilih kelompok vokasi disabilitas sebagai program mitra binaan, mereka merencanakan program apa yang akan dibuat, setelah itu pada tahap tiga, yaitu pengambilan tindakan dan mengomunikasikan program yang telah direncanakan sebelumnya, pada tahap ini merupakan tahap implementasi program apa saja yang diberikan kepada kelompok vokasi disabilitas, pada tahap empat yaitu dilakukannya evaluasi program yang telah dilakukan, baik atau tidaknya program tersebut dapat dilihat pada tahap evaluasi ini.

Seperti yang telah peneliti paparkan mengenai vokasi disabilitas di atas, bahwa anggota dari mitra binaan Vokasi Disabilitas tersebut merupakan alumni dari SLB Kabupaten Bandung Barat, yang dimana kelompok vokasi disabilitas tersebut terdapat berbagai jenis disabilitas, menurut data yang peneliti dapatkan pada proposal mitra binaan vokasi disabilitas, data anggota kelompok vokasi disabilitas berjumlah 35 anggota, dengan berbagai macam jenis disabilitas yang mereka alami.

Peranan PT PLN Indonesia Power Saguling POMU tersebut memiliki pengaruh besar di mata masyarakat, khususnya kelompok vokasi disabilitas dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan selama ini di area produksi unit PLTA Saguling. Hal ini akan memiliki dampak besar yang di kemudian hari akan menjadi sebuah program yang dapat diunggulkan dan turut serta mengangkat citra baik perusahaan dimata masyarakat lokal dan nasional. Seperti yang dikatakan oleh informan kunci 1 pada wawancara prapenelitian mengatakan:

“Program Mitra Binaan Vokasi Disabilitas ini salah satu program unggulan kami, secara sosial ketika mereka disana dulunya mau apa, sekarang mereka jadi punya tools, bahwa adanya program ini mereka bisa mengikuti program tersebut. Mengenai citra sebetulnya citra adalah bonus bagi perusahaan kami terhadap berhasilnya program yang kami lakukan” (Taufan, Wawancara Informan Kunci 1, Pra Penelitian, 31 Maret 2023)

Program mitra binaan vokasi disabilitas tersebut dapat dikatakan unggul karena, program mitra binaan ini memiliki dampak besar terhadap permasalahan sosial, ekonomi, dan juga lingkungan yang ada, dan juga dalam masalah kegiatan ekonomi yang disangkut pautkan dengan disabilitas yang merupakan masalah utama bagi Indonesia juga. Disabilitas dipandang remeh dilingkungan masyarakat, maka PT PLN Indonesia Power Saguling POMU berupaya ingin mematahkan pandangan tersebut melalui program ini. Dengan support dari PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui program CSR mitra binaan ini, pada tahun 2022 Vokasi Disabilitas mendapatkan penghargaan dari Kementrian Dinas Ketenagakerjaan Jawa Barat.

Melalui program yang dilakukan humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU kepada kelompok masyarakat vokasi disabilitas tersebut akan menjadi salah

satu faktor kunci keberhasilan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Melalui program mitra binaan vokasi disabilitas ini tentunya akan menjadi bisnis yang berkelanjutan (*sustainability*), dimana program mitra binaan ini merupakan program yang di bina oleh PT PLN Indonesia Power Saguling POMU dalam jangka waktu 4 hingga 5 tahun lamanya. Menurut Crowther & Aras (2008) yang dikutip oleh Kholis menjelaskan bahwa:

“*Sustainability*, Yakni prinsip CSR yang menekankan pada efek atau dampak masa depan akibat tindakan perusahaan atau korporasi pada saat ini.” (Crowther & Aras dalam Kholis, 2020:18)

Program yang dilakukan PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui humas dalam perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, khususnya masyarakat disabilitas yang berada di sekitar PT PLN Indonesia Power Saguling POMU, yang dimana menjadi harapan untuk menjadikan kaum disabilitas yang mandiri dan sejahtera dengan segala keterbatasannya. Berbagai upaya dan cara juga dilakukan oleh kaum disabilitas untuk mencapai harapan tersebut, yakni memperoleh kesejahteraan, karena telah mencapai kemandirian dalam kehidupannya.

Kaitannya humas dengan komunikasi ada pada komunikasi organisasi, yang dimana merupakan salah satu bagian yang membantu organisasi untuk berhubungan menjalin kemitraan dengan *community* (masyarakat). Jangka panjangnya *community development*.

Komunikasi organisasi merupakan sebuah istilah yang dapat diartikan bahwa komunikasi yang berlangsung pada dasar kepentingan organisasi. Karena

berkat dari komunikasi tersebut, organisasi dapat mencapai suatu tujuan secara efektif dan efisien. Anggota dalam organisasi mereka melakukan komunikasi tidak hanya dengan internal saja namun juga dengan khalayak yaitu masyarakat guna untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. (Hardjana, 2016:31)

Bertolak dari uraian di atas, peneliti menilai bahwa meneliti kajian komunikasi khususnya humas tentang salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah satu permasalahan yang tetap menarik untuk dilakukan, meskipun penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukanlah sebuah penelitian yang baru dalam ranah ilmu komunikasi, hal ini karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu terus berkembang, dan diperlukan, sehingga peneliti mencoba merumuskan judul penelitian sebagai berikut “**Strategi Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU Kabupaten Bandung Barat Melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah kedalam Rumusan Masalah Makro dan Rumusan Masalah Mikro, rumusan masalah tersebut sebagai berikut

### 1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan oleh peneliti, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : **Bagaimana Strategi Humas PT PLN Indonesia Power Saguling *Power Generation and O&M Services Unit* (POMU) Kabupaten Bandung Melalui Program *Corporate Social***

## ***Responsibility Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan?***

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

Berdasarkan hasil uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus utama peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana ***Defining Problem (Mendefinisikan Masalah)*** yang dilakukan Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan?
2. Bagaimana ***Planning and Programming (Perencanaan dan Program)*** Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan?
3. Bagaimana ***Taking action and Communicating (Pengambilan tindakan dan Mengomunikasikannya)*** Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan?
4. Bagaimana ***Evaluating the program (Evaluasi program)*** Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjawab dan menganalisa secara mendalam tentang Strategi Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Penerima Bantuan.

#### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ***Defining Problems (Mendefinisikan Masalah)*** yang dilakukan Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan
2. Untuk mengetahui ***Planning and Programming (Perencanaan dan Program)*** Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan
3. Untuk mengetahui ***Taking action and Communicating (Pengambilan tindakan dan Mengomunikasikannya)*** yang dilakukan Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social*

*Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan

4. Untuk mengetahui *Evaluating the program (Evaluasi program)* Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU melalui Program *Corporate Social Responsibility* Pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan secara teoritis dan juga kegunaan secara praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu komunikasi dan komunikasi organisasi khususnya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai salah satu program humas pada Mitra Binaan Vokasi Disabilitas.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini secara praktis berguna untuk peneliti, akademik, perusahaan (PT PLN Indonesia Power Saguling POMU), dan masyarakat, untuk lebih jelas dapat dilihat sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan bagi Peneliti**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus,

sebagai pengembangan ilmu terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

## **2. Kegunaan bagi Akademik/Program Studi**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus, terlebih bagi mahasiswa yang tertarik melakukan penelitian pada kajian yang sama sebagai literatur mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **3. Kegunaan bagi PT PLN Indonesia Power Saguling POMU**

Penelitian ini berguna bagi PT PLN Indonesia Power saguling POMU secara umum, dan Humas PT PLN Indonesia Power Saguling POMU secara khusus sebagai informasi dan evaluasi mengenai strategi Humas dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui mitra binaan vokasi disabilitas.

## **4. Kegunaan bagi Masyarakat Penerima Bantuan**

Penelitian ini berguna bagi masyarakat penerima bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) khususnya masyarakat vokasi disabilitas sebagai informasi dan evaluasi, ataupun bagi masyarakat yang tertarik dengan program CSR melalui mitra binaan vokasi disabilitas.