BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR (*Corporate Social Responsibilty*). Maka dari itu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mempunyai program CSR (*Corporate Social Responsibilty*) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR (*Corporate Social Responsibility)* ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak azasi manusia (HAM). Menghadapi tren global dan resistensi masyarakat sekitar perusahaan, Maka sudah saatnya setiap perusahaan memandang serius pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya, serta berusaha membuat laporan setiap tahunnya kepada *stakeholders.*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility)* mungkin masih kurang popular dikalangan pengusaha nasional. Namun, tidak berlaku bagi pengusaha multinasional. Kegiatan sosial kemasyarakatan yang dilakukan secara sukarela itu, sudah biasa dilakukan oleh perusahaan-

perusahaan multinasional ratusan tahun lalu. Sebagaimana hasil **Konferensi Tingkat Tinggi Bumi** *(Earth Summit)* di Rio de Jeneiro Brazilia 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi *(economic growth)* menjadi pembangunan yang berkelanjutan *(sustainable development).* Dalam perspektif perusahaan, di mana keberlanjutan dimaksud merupakan suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dirintis, berdasarkan konsep kemitraan dan rekanan dari masing-masing *stakeholders.* Banyak ahli, praktisi dan peneliti belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun dalam banyak hal memiliki kesamaan esensi.

Jhonson and Johnson (2006) mengemukakan definisi mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR),*yaitu bahwa:

> *"Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society".* (Jhonson and Jhonson dalam Nor Hadi, 2011:46)

Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Dalam hubungannya dengan hal tersebut diperlukannya kegiatan dan merupakan hal penting yang sangat diperlukan untuk menjalani setiap kegiatan. Dalam melakukan kegiatannya sendiri yaitu bagian dari program, yang merupakan ciri dari kegiatan dan akan terdiri dari sekumpulan tindakan pengerahan sumberdaya yang berupa personil (SDM), barang modal termasuk peralatan dan teknologi, dana, atau kombinasi dari beberapa atau seluruh

sumberdaya sebagai masukan (*input*) untuk menghasilkan keluaran (*output*) dalam bentuk barang/jasa.

Bertolak dari paparan tersebut, CSR (*Corporate Social Responsibility)* di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah di resmikan pada tanggal 16 september 2009 dengan tujuan untuk terus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga asset PT. Kereta Api Indonesia (Persero) serta menciptakan citra positif dan peningkatan kemampuan organisasi atau perusahaan. Jika ditinjau dari misi perusahaan yang salah satu orientasinya pada *profit* atau laba perusahaan, maka humas harus dapat membantu manajemen perusahaan dalam pencapaian tujuan tersebut melalui program-program yang dapat mendongkrak penjualan, seperti promosi atau publikasi melalui media massa. Tetapi, humas tidak hanya berorientasi pada *profit* saja, melainkan humas berorientasi dalam menjaga nama baik perusahaan dan produk agar lebih dikenal masyarakat secara luas.

Di lembaga/instansi penyedia jasa seperti, PT. Kereta Api Indonesia (Persero), fungsi kegiatan ini untuk mencapai tujuan. Dimana kegiatan atau tugas dan fungsi Humas dijalankan dan dilaksanakan dengan disesuaikan tujuan dari PT. KAI itu sendiri. Antara lain kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility)* "Peduli Lingkungan" yang dijalankan oleh Humas dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung yaitu bantuan yang berupa perlengkapan untuk mesjid, alat-alat olahraga serta bantuan dana untuk perbaikan fasilitas Mandi Cuci Kakus (MCK) diserahkan langsung oleh Manajer PKBL CSR (*Corporate Social Responsibility)* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Karyani dan Kahumas PT. Kereta

Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung, Bambang Setyo Prayitno kepada tokoh masyarakat di wilayah Lebakjero dan Garut. Ketiga wilayah itu sendiri terdiri dari dua kabupaten di Bandung yaitu wilayah RW 11 dan 12 kampung Lebakjero Desa Ciherang Kecamatan Nagreg serta di Kabupaten Garut yaitu RW 09 Kampung Kaledong Desa Ganda Mekar. Selain di Lebakjero Garut, PT. KAI pun akan terus aktif memberikan penghargaan dan membina kemiraan masyarakat di wilayah lain sepanjang jalur KA seperti di daerah Ciganea Purwakarta, Cibatu, Tasik, dan daerah-daerah lainnya.

Hubungan antara pentingnya pelaksanaan program tersebut, humas merupakan pihak yang paling memahami mengenai publik dari suatu perusahaan/lembaga/instansi. Karena humas bekerja melingkupi ruang publik tersebut, kegiatan humas berkaitan erat dengan pihak-pihak tesebut. Sehingga dalam memutuskan suatu kebijakan tertentu, humas sangat lah penting untuk dilibatkan, karena humas merupakan pemegang informasi yang lengkap mengenai publik-publik dari perusahaan/lembaga/instansi. Tanpa bantuan dari humas, keputusan atau kebijakan yang diambil mungkin saja tidak akan tepat mengenai sasaran, karena para pemimpin perusahaan tidak mengetahui sedikitpun mengenai karakteristik publik-publiknya. Bukannya menyelesaikan masalah dengan keputusan yang tepat, namun dengan ketidaktahuan pimpinan, mungkin malah akan semakin memperuncing masalah. Dalam segala program humas, baik itu jangka panjang maupun jangka pendek, harus selalu dengan rencana yang sempurna, agar menjadi efektif sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Cutlip & Center (1999) mengemukakan definisi mengenai *Public Relations*, yaitu bahwa:

> "*Public Relations* adalah usaha yang terencana, untuk mempengaruhi pendapat dalam melakukan pelaksanaan kegiatan yang bertanggungjawab terhadap masyarakat, yang berdasarkan komunikasi dua arah" (Cutlip & Center, 1999:147).

Berhubungan dengan PT. Kereta Api Indonesia (Persero), dengan diterapkannya kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility)*, maka diharapkan tugas-tugas dan tujuan-tujuan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) itu sendiri akan dapat dicapai dengan baik sesuai dengan harapan. Keinginan sebuah organisasi untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan. Ketepatan pengertian citra agar organisasi dapat menetapkan upaya dalam mewujudkannya objek dan mendorong prioritas yang akan dilaksanakan.

Adapun definisi mengenai citra Menurut **Soemirat dan Ardianto** (2002), antara lain:

> "Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut." (Soemirat dan Ardianto, 2002:111).

Bagi perusahaan citra berarti persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui atau mengenai

perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu perusahaan yang sama belum tentu memiliki citra yang sama pula dihadapan orang. Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan penting. Dengan adanya penyesuaian karakteristik publik sasaran dengan kegiatan yang dilakukan, maka diharapkan tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan mudah, atau paling tidak dengan tidak menemui hambatan yang terlalu berarti yang dapat menggangu pelaksanaan kegiatan tersebut secara keseluruhan. Dengan kata lain, tujuan dan tugas dari PT. KAI dan Humas itu sendiri antara lain adalah memberikan pemahaman dan pengertian yang lebih positif dan mendalam kepada masyarakat luas mengenai kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility)*, dapat terlaksana dengan baik. Dimana kemudian masyarakat luas akan memiliki pemahaman yang lebih baik dan positif mengenai kegiatan tersebut. Sehingga kegiatan "Peduli Lingkungan" tidak mendapatkan stigma yang buruk di mata masyarakat luas pada umumnya.

Selain itu masyarakat yang dipilih oleh PT. KAI sebagai sasaran kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility)* dapat lebih menyadari pentingnya peran serta mereka dalam proses kegiatan tersebut. Dimana hal ini merupakan salah satu tugas utama dari Humas PT. KAI Daerah Operasi 2 Bandung, Di PT. KAI, khususnya Daerah Operasi 2 Bandung. Sebagaimana telah disebutkan bahwa tugas utamanya adalah sebagai petugas terdepan dalam meningkatkan citra perusahaannya, memberikan pengertian mengenai kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility)* "Peduli Lingkungan" kepada masyarakat, maupun kegiatan-kegiatan lainnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, **"BAGAIMANA KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* "PEDULI LINGKUNGAN" DI DESA LEBAK JERO GARUT OLEH HUMAS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAERAH OPERASI (DAOP) 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN?"**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari variabel kegiatan yang terdapat pada rumusan masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana **penelitian** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
2. Bagaimana **perencanaan dan pemograman** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
3. Bagaimana **pelaksanaan program** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

4. Bagaimana **evaluasi** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
5. Bagaimana **kegiatan** *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **penelitian** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

2. Untuk mengetahui **perencanaan dan pemograman** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
3. Untuk mengetahui **pelaksanaan program** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
4. Untuk mengetahui **evaluasi** kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
5. Untuk mengetahui **kegiatan** *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi di bidang kehumasan mengenai kegiatan humas dalam meningkatkan citra perusahaannya. Selain itu, diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan literatur bagi mahasiswa lainnya pada penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. **Kegunaan bagi Peneliti**

   Penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih memahami kegiatan kegiatan yang dilakukan oleh Humas secara lebih mendalam, khususnya tentang Kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*)" kemudian dapat menambah pengalaman bagi peneliti mengenai profesi Humas dalam suatu perusahaan.

2. **Kegunaan bagi Universitas**

   Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan tentang Kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) bagi Universitas, khususnya program studi *Public Relations.*

3. **Kegunaan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung**

   Bagi kantor PT Kereta Api Indonesia (persero) Bandung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) yang dilakukan oleh Humas DAOP 2 Bandung dalam meningkatkan citra perusahaannya.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Keberadaan PR dalam suatu organisasi terutama difungsikan untuk menunjang fungsi-fungsi manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan bersama salah satunya dengan melakukan sebuah pogram/kegiatan.

Menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia** kegiatan adalah "aktivitas, usaha, pekerjaan kekuatan kegairahan dan ketangkasan (dalam berusaha)." (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002:375).

Keberadaan humas dalam suatu organisasi terutama difungsikan untuk menunjang fungsi-fungsi manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan bersama. Adanya berbagai kemajuan telah mengakibatkan terjadinya pembaruan dalam masyarakat. Cara hidup masyarakat yang semakin modern dalam bidang-bidang tertentu, semakin mempengaruhi fungsi tersebut. Kondisi di atas jelas memerlukan keahlian khusus di bidang humas.

Praktisi humas dituntut kemempuannya untuk mengkoordinasikan atau mengelola pemanfaatan sumber daya organisasi untuk penyelenggaraan komunikasi 2 arah antara organisasi dan publiknya. Kaitan antara humas dengan konsep manajemen menghasilkan pemahaman akan pentingnya humas/*public relations*, seperti dinyatakan oleh ***Mc Elreath*** **(1993):**

> "Management PR berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Bentuk kegiatan komunikasi dapat berupa penerbitan brosur perusahaan, pertemuan-pertemuan kelompok kecil sampai pada kegiatan yang sangat kompleks seperti konferensi pers dengan menggunakan satelit". (Mc Elreath dalam Ruslan,2010:31)

Dari pernyataan tersebut manajemen *public relations* dipahami sebagai bentuk pengelolaan *public relations* dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu dengan menjalankan penelitian, perencanaan dan evaluasi terhadap program yang dijalankan.

Keterangannya sebagai berikut:

1. Penelitian

Pada dasarnya, penelitian merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dari publik baik internal maupun eksternal untuk memahami masalah yang dihadapi dengan akurat dan metode ilmiah.

2. Perencanaan dan pemrograman

Perencanaan dan pemograman merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau

permasalahan yang dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan untuk pemecahannya. Perencanaan *Public Relations* merupakan suatu proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Sejumlah prinsip yang harus diperhatikan dalam perencanaan program antara lain: sifat, waktu dan lingkungan. Perencanaan juga harus memperhatikan situasi di dalam maupun di luar organisasi, serta pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan tersebut.

3. Pelaksanaan program

Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecahan masalah PR yang dihadapi. Pelaksanaan Program ini dapat berupa program tindakan maupun program komunikasi yang kesemuanya merupakan cara atau proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. Evaluasi

Merupakan suatu tahapan yang dilaksanakan untuk menentukan atau memperlihatkan nilai suatu program termasuk pengelolaan maupun hasil atau dampak pelaksanaannya. Melalui evaluasi, PR akan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kegagalan ataupun

keberhasilan suatu program, sehingga dapat ditentukan langkah-langkah selanjutnya yang seharusnya dilakukan.

Pada dasarnya tujuan sentral PR adalah untuk menunjang manajemen yang berupaya mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Meskipun tujuan setiap organisasi berbeda tergantung dari sifat organisasi tersebut, tetapi dalam kegiatan humas terdapat kesamaan yakni membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dalam membentuk citra positif. Hubungan yang baik atau harmonis dalam PR mengandung arti luas, yakni sikap menyenagkan *(favorable),* itikad baik *(good will),* toleransi *(tolerance),* saling pengertian *(mutual understanding),* saling mempercayai *(mutual confidence),* saling menghargai *(mutual appreciation),* dan citra baik *(good image)*. Penampilan dan sikap seorang PR dalam mencapai tujuan organisasi dengan cara menciptakan kesan yang baik akhirnya dapat melekat dan mempengaruhi citra dari perusahaan yang diwakilinya.

Dari pernyataan tersebut manajemen humas dipahami sebagai bentuk pengelolaan humas dengan menerapkan fungsi-fungi manajemen terhadap program yang dijalankan, sehubungan dengan diadakannya kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) tersebut. Selain itu untuk meningkatkan kemampuan Humas tentang teknik-teknik membangun citra, sebagai salah satu pendukung upaya membangun citra.

Menurut Soemirat dan Ardianto bahwa citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut (Soemirat dan Ardianto, 2002:111).

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam kerangka konseptual ini, akan mengaplikasikan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian dengan keadaan yang ada di lapangan. Landasan teori yang digunakan tersebut dikemukakan oleh ***Mc Elreath*** mengenai manajemen humas dipahami sebagai bentuk pengelolaan humas dengan menerapkan fungsi-fungi manajemen yaitu dengan menjalankan penelitian, perencanaan dan evaluasi terhadap program yang dijalankan, sehubungan dengan diadakannya kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) "Peduli Lingkungan" tersebut.

Dimana pengaplikasian dari teori-teori tersebut dituangkan menjadi satu, yaitu sebagai berikut:

1. **Penelitian**

   Dalam hal ini, terdiri dari tahap pencarian data, humas PT. KAI DAOP 2 Bandung mencari data dan fakta yang ada di lapangan, yang sebenar-benarnya, yang sesuai dengan kenyataan, yang

kemudian diolah menjadi suatu bentuk informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dari program yang akan dijalankan.

2. Perencanaan dan pemrograman

Perencanaan dan pemrograman ini berisikan segala kegiatan yang akan dilaksanakan oleh PT. KAI DAOP 2 Bandung, yang masih membutuhkan penyesuaian dengan data dan fakta yang ada di lapangan, sehingga rencana yang disusun menjadi matang dan tepat sasaran.

3. Pelaksanaan program

Dalam hal ini telah ditetapkan program yang akan dilaksanakan oleh PT. KAI DAOP 2 Bandung yaitu kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, oleh karena itu kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) ini merupakan salah satu tahap yang turut menentukan suksesnya pekerjaan divisi humas keseluruhan.

4. Evaluasi

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan dan pelaksanaan program. Tidak jarang perubahan suatu program yang telah direncanakan akan memberikan dampak yang positif atau negatif, untuk langkah selanjutnya dalam setiap

tahap perencanaan program harus fleksibel demi kelancaran kegiatan yang dilakukan.

PT. KAI DAOP 2 Bandung yang bertugas membina dan menyelenggarakan fungsi Humas, karena merupakan salah satu komponen yang siap untuk mendukung setiap kegiatan yang akan dilaksanakan. Sesuai dengan fungsinya Humas PT. KAI DAOP 2 Bandung dalam meningkatkan citra PT. KAI DAOP 2 Bandung sudah menjalankan tugasnya dengan baik.

1.6 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pertanyaan-petanyaan penelitian yang bertujuan dapat memberikan sebuah arahan pada penelitian. Peneliti mengembangkan pertanyaan-pertanyaan secara tebuka kepada subjek penelitian.

Dengan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Penelitian kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
    a. Bagaimana **persiapan** pencarian data analisis kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
    b. Bagaimana **proses pencarian data** kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

c. **Informasi apa saja** yang diperoleh dalam kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

d. **Siapa saja** yang melakukan pencarian data kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

2. Perencanaan dan pemograman analisis kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan

   a. Bagaimana **merumuskan informasi** menjadi rencana kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

   b. Bagaimana **merumuskan sifat rancana** kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

c. Bagaimana **penetapan sasaran** rencana kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

d. Bagaimana **penentuan rencana** waktu kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

e. Bagaimana **tujuan** dari rencana kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

f. Bagaimana **penentuan anggaran** dalam mrencanakan kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

g. **Siapa saja yang terlibat** dalam kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

3. Pelaksanaan program analisis kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
    a. Kapan **dilaksanakannya** kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
    b. Bagaimana **pelaksanaan** kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ?
    c. **Siapa saja yang terlibat** dalam kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ?
4. Evaluasi analisis kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
    a. Kapan **dilaksanakannya** evaluasi kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ?

b. Bagaimana **hasil kegiatan** (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ?

c. Bagaimana **dampak kegiatan** (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ?

d. **Siapa saja yang terlibat** dalam kegiatan (*Corporate Sosial Responsibility) CSR* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ?

5. Bagaimana **analisis kegiatan** *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
6. Bagaimana **tanggapan** anda ketika PT. KAI akan mengadakan kegiatan di Desa Lebak Jero ?
7. Bagaimana **kegiatan** yang diinginkan warga Lebak Jero terkait rawan pencurian asset PT. KAI yang selama ini warga Lebak Jero laporkan?
8. Bagaimana **yang anda ketahui** mengenai kegiatan CSR "Peduli Lingkungan" yang dilakukan oleh PT. KAI?
9. Bagaimana **manfaat** dari diadakannya kegiatan tersebut?
10. Bagaimana **program** yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan warga Lebak Jero?

11. Bagaimana **pendapat** anda mengenai PT. KAI setelah diadakannya kegiatan tersebut?
12. Bagaimana **harapan** warga Lebak Jero khususnya ketua RW terhadap PT. KAI dan program CSR berikutnya?
13. Bagaimana staf RW dan warga Lebak Jero ikut **berperan aktif** dalam perencanaan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* "Peduli Lingkungan" PT. KAI, dan apa peran serta dalam perencanaan tersebut?
14. Bagaimana ketika **dilaksanakan program** tersebut, siapa saja yang terlibat dalam kegiatan tersebut?
15. Bagaimana warga Lebak Jero **merasa puas** terhadap program yang diberikan oleh PT.KAI?

1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci.

Adapun definisi penelitian kualitatif menurut **Bogdan dan Taylor** :

"Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif beruapa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati." (Moleong, 2004:4) Sedangkan Metode Deskriptif adalah menafsirkan dan menuturkan data yang ada kemudian dianalisis, sebagaimana

dikemukakan oleh **Jalaludin Rakhmat** dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi* mendefinisikan deskriptif analisis sebagai berikut:

> "…… Suatu metode yang membahas masalah dengan memaparkan, menafsirkan dan menulikan suatu keadaan atau peristiwa yang kemudian dianalisis serta mengambil kesimpulan dari masalah yang di bahas. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi." (Rakhmat, 2009 : 24).

Melalui metode deskriptif, peneliti akan menggambarkan masalah yang akan dibahas berdasarkan data-data yang dimaksud sebagai suatu proses analisis untuk mencari relevansi dari data yang diperoleh yang mendeskripsikan mengenai kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) "Peduli Lingkungan" di Desa Lebak Jero Garut oleh Humas PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

1.8 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

1.8.1 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data seperti :

1. **Wawancara *(Interview)***

   Menurut **Berger** dalam kriyantono "Wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek." (Berger dalam Kriyantono, 2009 : 96)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya, dengan narasumber yang berjumlah tiga orang yaitu Bapak. Bambang.S.Prayitno, selaku Humas daerah (Humasda), Bapak. Murtanto, selaku Kepala Stasiun dan Bapak. Agus, selaku ketua RW di Lebakjero.

2. Studi Pustaka

Untuk melengkapi data yang sudah didapat penulis menggunakan referensi yang ada hubungannya dengan masalah yang akan penulis bahas, yaitu dengan membaca buku-buku, literatur-literatur maupun majalah-majalah yang ada hubungannya dengan kegiatan *Public Relations*, Penelitian tersebut mempunyai maksud yaitu untuk memperoleh data sekunder. Selain studi kepustakaan dimaksud untuk memperoleh telaah teori-teori komunikasi, Public Relations dan teori-teori pendukung yang dapat memberikan penjelasan mengenai pokok-pokok permasalahan yang di teliti.

3. *Internet Searching*

Peneliti juga menggunakan *internet searching* untuk melengkapi sebagai referensi dalam tugas akhir ini. *Internet Searching* memiliki pengertian yaitu “Suatu pencarian data melalui *website* guna melengkapi data penelitian yang saling terhubung ke seluruh dunia dan merupakan sumber daya informasi suatu *database* atau

perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap". (Lani Sidharta,1996,10).

4. **Dokumentasi**

   Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau katya-katya monumental yang berhubungan dengan penelitian.

1.8.2 Analisis Data

Definisis analisis data menurut **Sugiyono** dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, antara lain :

> "Analisis data adalah mencari dan menyususn secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara. Catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisir data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyususn ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehungga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain". (Sugiyono, 2005:89)

Analisis data dilakukan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan menerapkan konsep dari **Miles and Huberman** (1984), yang terdiri dari :

1. ***Data collection,*** merupakan kegiatan pengumpulan data-data yang ada terlebih dahulu.
2. ***Data reduction,*** merupakan kegiatan mereduksi data yang diperoleh setelah dilakukan pengumpulan dengan suatu bentuk

analisis yang menajamkan, ,enggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data.

3. ***Data display,*** merupakan kegiatan memperlihatkan data yang diperoleh setelah direduksi terlebih dahulu.
4. ***Conclusion drawing (verification),*** merupakan kegiatan membuat kesimpulan dengan menggambarkan atau memverifikasi data-data yang diperoleh.

1.9 Subjek Penelitian dan Informan

1.9.1 Subjek Penelitian

Dimana subjek penelitian ataupun tempat memperoleh keterangan penelitian ialah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung dengan sumber keterangan/informasi yang diperoleh dari Divisi Humas PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung. Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa jenis penelitian ini adalah kualitatif, sehingga kuantitas subjek penelitian bukanlah hal yang utama. Effendy dalam bukunya Penelitian Survey menyatakan bahwa "Subjek penelitian merupakan bagian terkecil dari suatu lembaga yang dijadikan subjek/sasaran dalam penelitian deskriptif" (Singarimbun dan Effendy, 1989:108). Dalam penelitian ini, jumlah subjek penelitian adalah enam orang, yang terdiri dari beberapa bagian Humas Daop 2 Bandung dan masyarakat wilayah Lebakjero. Berikut ini adalah daftar subjek dari penelitian yang dilakukan, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Subjek penelitian

No	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin
1	Bambang.S.Prayitno	Kepala Humasda	Laki-Laki
2	U. Rusen Permana	Staff Humasda	Laki-Laki
3	Moch. Husni	Staff Humasda	Laki-Laki
4	Dedi Mulyadi	Assisten Kepala Stasiun	Laki-Laki
5	Agus	Ketua RW Kp. Lebakjero	Laki-Laki
6	Mamat	Ketua RT Kp. Lebakjero	Laki-Laki

Sumber : Catatan Peneliti Pada Saat Penelitian 2011

Berdasarkan tabel 1.1 diatas keenam orang inilah yang akan dimintai keterangan dalam penelitian ini, karena dianggap yang paling mengetahui tentang kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) "Peduli Lingkungan".

1.9.2 Informan

Pengertian informan adalah orang yang dianggap mengetahui dengan baik terhadap masalah yang diteliti dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti. "Dalam penelitian kualitatif posisi nara sumber sangat penting, sebagai individu yang sangat penting". Informan merupakan tumpuan pengumpulan data bagi peneliti dalam mengungkap permasalahan penelitian. HB Sutopo (2002:50)

Dari pendapat yang dikemukakan tersebut, dan mengacu pada jumlah total subjek penelitian yang diperoleh, maka teknik penarikan informan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Dimana *purposive sampling* adalah "suatu teknik penarikan sampel dengan cara memilih orang-orang tertentu karena dianggap berdasarkan penilaian tertentu mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis" (Rakhmat, 2009:97).

Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang, karena yang paling mengetahui tentang analisis kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*) "Peduli Lingkungan". Diantara sekian banyak informan tersebut, ada yang disebut narasumber kunci (*key informan*) seseorang atau beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti.

Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin
1	Bambang.S.Prayitno	Kepala Humasda	Laki-Laki
2	Dedi Mulyadi	Assisten Kepala Stasiun	Laki-Laki
3	Agus	Ketua RW	Laki-Laki

Sumber : Catatan Peneliti Pada Saat Penelitian 2011

1.10. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.10.1 Lokasi

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data sebagai syarat penulisan Tugas Akhir ini, penulis memilih **PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung** yang berada di Jalan Stasiun Selatan No.25 Bandung 40181, Jawa barat, Indonesia Telp. (022) 4230150-4230147

1.10.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan maret 2011 sampai dengan juni 2011. Rincian penelitian dapat dilihat pada **Tabel 1.3 *Schedule* Penelitian.**

Tabel 1.3
Schedule Penelitian

No.	Uraian	Bulan																							
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	**Persiapan**																								
	- Pengajuan judul	■																							
	- Persetujuan judul			■																					
	- Studi pendahuluan objek penelitian				■																				
	- Persetujuan dosen pembimbing					■																			
2.	**Pelaksanaan**																								
	- Bimbingan Bab I				■	■	■	■	■	■	■														
	- Bimbingan Bab II									■	■	■	■												
	- Bimbingan Bab III										■	■	■												
	- Penyusunan wawancara penelitian												■												
	- Wawancara penelitian												■	■											
3.	**Pengolahan data**																								
	- Bimbingan Bab IV													■	■	■	■	■	■						
	- Bimbingan Bab V															■	■	■	■	■					
	- Penyusunan keseluruhan Bab																				■	■	■		
4.	**Sidang**																								
	- Penyerahan *draft* tugas akhir																							■	
	- Pelaksanaan sidang tugas akhir																								■

Sumber: Penelitian, 2011.

1.11 Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian memiliki sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, pertanyaan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, Subjek Penelitian dan Informan, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, berisikan mengenai teori-teori dan definisi-definisi yang dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitiannya dan mencapai tujuan penelitiannya. Antara lain tinjauan mengenai definisi Humas yaitu ciri dan fungsi humas, perencanaan program PR, tujuan dan sasaran Humas. Tinjauan mengenai kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibilty*), yaitu definisi dan klasifikasinya, dan tinjauan mengenai citra, jenis-jenis citra dan proses pembentukan citra.

BAB III : OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini, akan dibahas mengenai sejarah perusahaan / instansi tempat dilakukannya penelitian, juga mengenai divisi Humas. Serta menjelaskan tentang tugas pokok dan fungsi, logo perusahaan, moto perusahaan, serta struktur organisasi.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, berisikan mengenai hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi informan, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini, berisikan mengenai kesimpulan dan saran penelitian yang dibuat dalam bentuk poin.