STRATEGI KOMUNIKASI BAGIAN *HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT* (HRD) PT. PURINUSA EKA PERSADA BANDUNG

Rhafidan Rizkyana Dipura

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia
Jalan Dipatiukur 112-116, Bandung, 40132, Indonesia

Email : rhafidan_rd@yahoo.com

Abstract

This research to describe Communication Strategy of Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung In Corporate Social Responsibility (CSR) Program from the division of the Quran in Ramadan at District Cinambo Babakan Penghulu Sub District to Improve Corporate Image. This research discusses about five research questions, inlcude: objectives, goals, messages, time scale, and the evaluation of CSR program PT. Purinusa Eka Persada Bandung.

This research used a qualitative approach with descriptive qualitative methods, data collection techniques used in this study are interviews, observation, library research was supported by the internet browser and documented. Decision to search informants by using purposive sampling techniques then found the 5 informant, 2 people from the PT. Purinusa Eka Persada Bandung and 3 people from The District Cinambo Babakan Penghulu Sub District.

From the research. Objectives PT. Purinusa Eka Persada Bandung on CSR programs through distribution Al-Qur'an program in Ramadan can improve corporate image. Target of CSR program is all the people in the District Cinambo Babakan Penghulu Sub District. Message delivered in the implementation of CSR programs is the knowledge about the importance of reading Al-Quran for Muslims, this message provides benefits to all people, the Time scale used to set activities adjusted with the right moment, and Evaluations maded by PT. Purinusa Eka Persada Bandung carried out to repair the upcoming program, the purpose of PT. Purinusa Eka Persada Bandung can be achieved and have benefits for all people.

The conclusion of communications strategy HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung can improve the image of the company but has some problems that can be a constraint in the preparation and implementation such as the budget, the preparation time and the delivery of the message on the implementation of activities.

Investigators have some Suggestions to delievered, PT. Purinusa Eka Persada Bandung should provide the organized public relation that can be focused in carry out CSR programs and more comprehensive evaluation for the upcoming program and continue develop more variatif program that will be performed.

Keywords: Communication Strategy, CSR, Corprate Image.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Mengenai Strategi Komunikasi Bagian Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Penelitian ini membahas lima buah pertanyaan penelitian, antara lain : tujuan, sasaran, pesan, skala waktu, dan evaluasi Program CSR PT. Purinusa Eka Persada Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi pustaka didukung oleh pencarian internet dan mendokumentasikan. Pengambilan informan dengan teknik purposive sampling maka diperoleh informan berjumlah 5 orang yang terdiri dari 2 orang dari PT. Purinusa Eka Persada Bandung dan 3 orang masyarakat Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu.

Dari hasil penelitian. Tujuan PT. Purinusa Eka Persada Bandung pada program CSR melalui program pembagian Al-quran di Bulan Ramadhan dapat meningkatkan citra perusahaan. Sasaran dari Program CSR ini masyarakat di Kelurahan Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo. Pesan yang disampaikan dalam pelaksanaan program CSR ini berupa pengetahuan mengenai pentingnya membaca Al-Quran bagi umat muslim, pesan ini memberikan manfaat bagi masyarakat. Skala waktu yang digunakan dalam menetapkan kegiatan disesuaikan dengan momen yang pas. Evaluasi yang dilakukan oleh PT. Purinusa Eka Persada Bandung dilakukan untuk perbaikan pada program yang akan datang, agar tujuan dari PT. Purinusa Eka Persada Bandung dapat tercapai dan memiliki manfaat bagi masyarakat.
Kesimpulannya strategi komunikasi HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung dapat meningkatkan citra perusahaan namun memiliki beberapa permasalahan yang menjadi kendala dalam persiapan dan pelaksanaannya seperti pada anggaran, kesiapan waktu dan dalam penyampaian pesan pada pelaksanaan kegiatan.
Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti yaitu PT. Purinusa Eka Persada Bandung harus bisa membentuk bagian humas yang state of being agar dapat terfokus dalam melaksanakan program-program CSR dan melakukan evaluasi yang lebih menyeluruh untuk program selanjutnya dan terus mengembangkan programnya yang lebih variatif yang akan dilakukan.
Kata Kunci : Strategi Komunikasi, CSR, Citra.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis dan usaha di era modern, itu tidak hanya berbicara mengenai keuntungan dan kegiatan produksi saja. Karena lambat laun muncul pandangan bahwa lingkungan sosial itu merupakan bagian penting dalam perkembangan bidang ekonomi suatu perusahaan. Dan kegiatan yang bersifat sosial ini kemudian disebut sebagai Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) pada umumnya dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk dapat menyeimbangkan dan melaraskan antara kebutuhan atau sasaran ekonomi, lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan itu mencakup isu–isu seperti lingkungan kerja, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan perlindungan terhadap lingkungan.

Di Indonesia, CSR diatur dalam Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Memahami akan pentingnya sebuah citra perusahaan yang sudah tercantum pada undang-undang, maka hal itupun dilakukan oleh perusahaan swasta yang bergerak dibidang industri kemasan dari kertas dan karton yang merupakan anak perusahaan dari Sinar Mas Group yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No.791 Bandung yaitu PT. Purinusa Eka Persada Bandung yang sangat memahami betapa pentingnya menjaga dan mempertahankan citra perusahaan, karena yang mana keberlangsungan usaha PT. Purinusa Eka Persada Bandung tidak lepas dari peran masyarakat yang berdomisili di sekitar wilayah kerja PT. Purinusa Eka Persada Bandung. Untuk itu PT. Purinusa Eka Persada Bandung menyadari betul pentingnya membina hubungan baik dengan masyarakat. Dengan kata lain PT. Purinusa Eka Persada Bandung ada karena masyarakat dan ada untuk masyarakat.

PT. Purinusa Eka Persada Bandung selalu senantiasa melaksanakan komitmennya dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Hal ini sejalan pula dengan program pemerintah dewasa ini yang menggalangkan program CSR. Program CSR PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini yaitu Program Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan yang dilakukan di Kecamatan Cinambo Babakan Penghulu pada Bulan Ramadhan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaannya.

Memahami pentingnya sebuah strategi komunikasi yang baik dan tepat, itu perlu diperhatikan karena strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) suatu perusahaan atau organisasi akan membentuk suatu Citra yang dapat menjadi tolak ukur umur panjang perusahaan maupun eksistensi nya di dunia bisnis.

Yang mana citra yang dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting bagi suatu perusahaan atau organisasi. Istilah lain citra adalah favourable opinion (opini publik yang menguntungkan).

Memahami akan pentingnya suatu keberhasilan yang dicapai pada suatu program atau kegiatan, peneliti tertarik dalam melakukan penelitian pada Strategi Komunikasi Bagian Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

"Bagaimana Strategi Komunikasi Bagian Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?"

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana tujuan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
2. Bagaimana sasaran Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
3. Bagaimana pesan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
4. Bagaimana skala waktu Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?
5. Bagaimana evaluasi Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang Strategi Komunikasi Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tujuan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
2. Untuk mengetahui sasaran Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
3. Untuk mengetahui pesan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
4. Untuk mengetahui skala waktu Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
5. Untuk mengetahui evaluasi Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.
6. Untuk mengetahui **Strategi Komunikasi** (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan Komunikasi Organisasi dibidang Corporate Social Responsibility (CSR) untuk mencapai tujuan perusahaan dalam mempertahankan citra perusahaannya..

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti : Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu, pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan mengembangkan proses komunikasi yang baik agar mendapatkan suatu hasil yang sesuai pada tujuan, khususnya pada peneliti dimasa yang mendatang dalam lingkup dunia kerja.

2. Bagi UNIKOM : Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk pengembanggan disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa program Studi Ilmu Komunikasi khususnya sebagai literature bagi penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan kajian yang sama.

3. Bagi PT. Purinusa Eka Persada : Sebagai masukan dan sarana evaluasi bagi PT. Purinusa Eka Persada Bandung dalam mengembangkan program CSR dimasa mendatang, sehingga dapat lebih meningkatkan program pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan dan program-program yang lainnya dalam meningkatkan citra perusahaan.

2. Kajian Pustaka

2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang sangat berkaitan dengan hakekat manusia tidak bisa hidup sendiri. Komu-

nikasi adalah aktivitas yang tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari, karena selama manusia hidup maka komunikasi itu akan tetap ada.

Definisi komunikasi menurut Deddy Mulyana menjelaskan bahwa "Kata Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico, comunicatio, atau communicare* yang berarti "membuat sama"(*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama". (Mulyana, 2007: 4)

2.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Pengertian komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi (2004:54)" adalah sebagai berikut:

"Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi".

"Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan oranisasi. Isinya berupa cara kerja berorganisasi, produktivitas dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Adapun yang bersifat informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi tetapi lebih kepada anggotanya secara individual."

2.3 Pengertian Strategi Komunikasi

Cangara menjelaskan dalam bukunya yang berjudul Perencanaan dan Strategi Komunikasi (2013:61), bahwa "Kata strategi berasal dari bahasa yunani klasik yaitu "stratos" yang artinya tentara dan kata "agein" yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimmpin tentara. Lalu muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (The Art of General), atau suatu rancangan yang teraik untuk memenangkan peperangan."

2.4 Pengertian CSR

Ujang Rusdianto Pada buku "CSR Communication", (2013:7) "CSR adalah tanggungjawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui prilaku yang transparan dan etis, yang; konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para stakeholder; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma – norma Internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa."

2.5 Pengertian Citra

Frank Jefkins, pakar PR dari Inggris, yang dikutip oleh Ardianto dalam bukunya Handbook of PR (2013 : 62) mengatakan bahwa "Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya."

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini, peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara kualitatif dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal. Menurut Meleong pada bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif (2007 : 5) "Bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, dari segi penelitian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan

fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan dengan berbagai metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen".

Penelitian ini juga menggunakan metode studi deskriptif. menurut Elvinaro, metode deskriptif adalah :

"Metode Deskriptif metitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (Natural Setting), Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variabel" (Elvinaro, 2010:60)

3.2 Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Meleong 2007: 132). Peneliti menggunakan teknik penarikan *purposive sampling*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Sugiyono dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2009:222-223) "Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti".

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Lapangan

A. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu observasi non partisipan. Observasi Partisipan Observasi (observation) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Syaodih, 2006 : 220). Cara observasi dilakukan peneliti untuk menunjang data yang telah ada.

B. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam ialah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atau pertanyaan. Wawancara dilakukan kepada 2 pihak HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung, yang melaksanakan kegiatan CSR, ditambah dengan 3 informan pendukung yang menjadi sasaran kegiatan CSR.

C. Dokumentasi

Peneliti melakukan pengambilan dokumentasi berupa foto baik pada saat wawancara dengan para informan dan foto saat kegiatan Pembagian Al-Quran berlangsung, serta beberapa data-data yang lainnya yang mendukung menjadi sebuah dokumentasi sesuai dengan pembuktian dari program pembagian Al-Quran di bulan Ramadhan tersebut.

2. Studi Pustaka

A. Referensi Buku

Referensi buku (kajian pustaka) merupakan penelusuran literatur yang bersumber dari buku, media, pakar ataupun dari hasil penelitian orang lain yang bertujuan untuk menyusun dasar teori yang kita gunakan dalam melakukan penelitian.

B. Penelitian Terdahulu

Disini peneliti menggunakan studi pustaka dengan melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

C. *Internet Searching*

Internet searching atau pencarian data menggunakan internet adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan internet dalam rangka mencari data–data pendukung yang dibutuhkan peneliti pada saat melakukan penelitian.

3.4 Uji Keabsahan Data

1. **Uji Triangulasi Data**

   Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. **Diskusi dengan Teman Sejawat**

   Teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Dalam penelitian ini peneliti melakukan diskusi dengan teman sejawat yang sedang melakukan penelitian yang serupa dengan penelitian ini yaitu Ismyuli yang sedang melakukan penelitian dalam fokus permasalahan yang sama yaitu mengenai strategi komunikasi.

3. ***Membercheck***

   Proses pengecekan data yang diperoleh peneliti pemberi data. *Membercheck* yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengecekan data yang diperoleh dari pemberi data yaitu pihak Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat serta masyarakat yang mengikuti kegiatan sosialissi melalui hasil wawancara**.**

3.4 Teknik Analisa Data

1. Pengumpulan Data (*Data collection*) : Data yang dikelompokkan berupa laporan kegiatan CSR Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan, sehingga berbentuk rangkaian informasi
2. Reduksi Data (*Data reduction*) : Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya dari data yang sudah di dapat di lapangan dan sudah peneliti deskripsikan, kemudian peneliti mereduksi
3. Penyajian Data (*Data Display*) : Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.
4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*): Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian
5. Evaluasi: Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Tujuan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

tujuan yang di buat PT. Purinusa Eka Persada Bandung yaitu meningkatan Citra positif di mata masyarakat dan memberikan motivasi agar lebih dekat dengan sang Kholik melalui membaca Al-Quran. Artinya dengan kegiatan ini PT. Purinusa Eka Persada Bandung dapat membantu menumbuhkan motivasi yang besar dalam beribadah. Tujuan lain dari program CSR melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan yang PT. Purinusa Eka Persada lakukan yaitu kepedulian sesama dan mengajak masyarakat bahwa Bulan Puasa itu lebih baik jika di iringi dengan membaca Al-Quran.

Dalam dunia usaha terutama dunia industri sebuah perusahaan, citra atau reputasi tentu hal yang tidak dapat dipisahkan. Citra perusahaan

dapat dibentuk salah satunya dengan melakukan Program-program CSR bagi masyarakat sebagai bentuk tanggungjawab sosial sebuah perusahaan. Berbagai strategi komunikasi perlu dijalankan sebagai cara untuk meningkatkan citra suatu perusahaan.

Tujuan Strategi Komunikasi pada program CSR yang dilakukan oleh Perusahaan sangatlah penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu upaya untuk meningkatkan citra di masyarakat sekitar. Dalam hal ini program CSR Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan adalah program CSR yang dijalankan dalam meningkatkan citra PT. Purinusa Eka Persada Bandung yang belum dilakukan oleh perusahaan lain yang berada disekitarnya.

Pembagian Al-Quran ini adalah salah satu program CSR yang dilakukan oleh PT. Purinusa Eka Persada Bandung di Kelurahan Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo. Kemudian PT. Purinusa Eka Persada Bandung melakukan presentasi atau pidato penyampaian dari tujuan kegunaan Al-Quran bagi umat muslim yang mana dilaksanakan di Bulan Ramadhan ini sambil memberikan motivasi Al-Quran yang selanjutnya di bagikan.

Dalam menganalisa hasil penelitian terhadap program CSR melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan ini yang dilakukan PT. Purinusa Eka Persada Bandung, memiliki tujuan yang sangat baik dan berfungsi dalam jangaka waktu panjang. Hal ini terjadi karena kompetensi dan keseriusan dari HRD sebagai pelaksana dan tim pelaksana dari masyarakatnya juga dalam berjalannya program tersebut, walaupun bagi HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung, HRD yang merangkap bertugas sebagai Public Relations yang untuk meningkatkan citra yang positif dari masyarakat sekitar melalui program CSR.

Ruang lingkup Tujuan yang ada dalam kegiatan program Pembagian Al-Quran yang dilaksanakan PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini dapat dinilai belum luas masih dalam lingkup masyarakat sekitar yaitu di Kelurahan Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo, Hal ini terjadi karena jumlah SDM yang terbatas dan merangkap tugas serta anggaran yang disediakan masih disesuaikan dari pusat.

Hal yang menguntungkan jika linngkup dari program CSR khususnya Pembagian Al-Quran ini berjalan dalam cakupan yang lebih luas karena bukan hanya citra yang meningkat melainkan eksistensi perusahaan yang semakin dikenal oleh masyarakat luas, program Pembagian Al-Quran ini akan mampu menandingi program perusahaan lain dalam meningkatkan citra positifnya di masyarakat Kelurahan Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo. Hal ini dapat terjadi karena belum adanya program dari perusahaan lain yang berada di sekitarnya yang mampu menyaingi rutinnya program yang dilakukan oleh PT. Purinusa Eka Persada Bandung, sehingga program Pembagian Al-Quran ini dapat menjadi program khusus dalam meningkatkan citra perusahaan.

4.2 Sasaran Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

PT. Purinusa Eka Persada Bandung adalah perusahaan swasta yang memiliki tanggungjawab sosial yang tinggi dan selalu mengutamakannya karena PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini memahami pentingya suatu citra perusahaan yang juga menentukan umur dari perusahaan itu sendiri. Hal ini terbukti dari rutin nya melakukan program CSR yang selalu dilakukan dalam upaya mereka ada untuk masyarakat juga.

Hasil pengamatan peneliti pun menjadi faktor penguat bahwa PT. Purinusa Eka Persada ini memiliki rasa tanggungjawab sosial yang tinggi yaitu melalui program-program CSR yang selalu rutin dilakukan dan selalu di sambut dengan baik oleh Masyarakat khususnya di Babakan Penguhulu Kecamatan Cinambo.

PT. Purinusa ini memilihi masyarakat di Kelurahan Babakan Penghulu sebagai sasaran dari program

CSR nya yaitu karena beberapa pertimbangan, diantaranya karena faktor bahwa mereke berdiri dan hidup di dekat mereka, rumah produksi berdampingan dengan pemukiman, dan sebagai upaya tanggungjawab mereka yang harus dipenuhi sebagaimana kewajiban sebuah perusahaan.

4.3 Pesan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

Proses penyampaian suatu pesan adalah sama pentingnya dengan isi pesan yang akan di sampaikan itu sendiri. Cara penyapaian pesan tersebut dapat menentukan apakah si pendengar menangkap pesan yang disampaikan tersebut atau tidak. Hal ini juga berlaku pada strategi HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo pada program CSR melalui Pembagian Al-Quran Di Bulan Ramadhan. HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini hendak menyampaikan suatu pesan tersebut melalui komunikasi langsung yaitu berpidato namun pada hasil observasi belum berjalan dengan baik karena pidato dilakukan tidak langsung oleh wakil yang ada di masyarakat namun demikian penyampaiannya dilakukan dengan cara yang baik dan dapat dikatan sukses, ataupun membangkitkan rasa keingintahuan sasaran tersebut untuk mengetahui lebih dalam tentang hal yang disampaikan oleh wakil dari masyarakatsesuai dengan isi pesan yang ditetapkan oleh HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung.

Agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kekesalan atau tampak membosankan dan ngantuk bagi para masyarakat, pesan yang disampaikan dalam pidato itu dimuat secara jelas dan menyesuaikan sesuai dengan situasi dan melihat kondisi sehingga sangat menarik untuk didengar. Hal lainnya yang di bangun dalam penyampaian pesan yaitu penggunaan bahasa yang di campur antara sunda dan bahasa Indonesia sehingga memiliki kesan yang tidak monoton.

4.4 Skala Waktu Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

Peneliti menemukan beberapa hal yang masih perlu diperhatikan oleh PT. Purinusa Eka Persada dalam mengatur waktu untuk menjalankan sebuah program CSR nya, karena peneliti ketahui bahwa tugas PR di PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini merangkap pada HRD yang mana memiliki tugas utama sebagai HRD atau lebih kepada internal yaitu kepegawaian. HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung yang memiliki tanggungjawab juga dalam pelaksanaan program-program CSR dalam meningkatkan Citra perusahaan ini harus benar-benar bisa mengatur karena salah satu kendalanya yaitu dalam segi waktu kerja yang terbagi dan tidak bisa meninggalkan salah satunya.

PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini memiliki SDM yang terbatas dan belum memiliki bagian kehumasan seperti pada umumnya diperusahaan negri mengingat PT. Purinusa Eka Persada Bandung yaitu perusahaan swasta sehingga mengenyampingkan kinerja kehumasan bagi perusahaan, padahal akan lebih baik juga jika ada bagian kehumasan agar kerja HRD akan tetap terkendali dan tugas kehumasan akan

tetap ada. Beberapa kendala yang terjadi yaitu dalam mengatur waktu pada program pembagian Al-Quran ini yaitu penentuan tanggal kegiatan dan penentuan pertemuan dalam persiapannya. Peneliti mendapatkan bahwa HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung harus kerja ekstra dalam melaksanakan kerja kehumasan salah satunya yaitu dalam pelaksanaan program CSR.

4.5 Evaluasi Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

Peneliti mendapati dilapangan dalam proses evaluasi yang dilakukan itu masih belum berjalan dengan baik. Karena PT. Purinusa Eka Persada Bandung ini berfikir bahwa dengan memberi maka citra positif perusahaan akan baik dan meningkat, padahal jika dilakukan dengan evaluasi yang baik dan menyeluruh secara detail dan benar akan terlihat sekali hubungan yang didapat dan kekurangan yang harus benar diperhatikan dan sudah tercapaikah hasil dari program tersebut.

PT. Purinusa melakukan evaluasi hanya dari masukan dari masyarakat yang menjadi pejabat lingkungan saja seperti Lrah, RW, dan Ketua DKM yang mewakili snamun itu pun belum cukup karena masyarakat tidak akan mengevaluasi program yang dijalan oleh PT. Purinusa Eka Persada Bandung secara mendalam dan secara langsung melainkan lebih kepada harapan yang ingin mereka dapatkan kedepannya.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung dalam Program CSR melalui pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan ini sudah dapat dikatakan baik, namun masih memiliki kendala yang menjadika sebuah kekurangan dalam persiapan dan pelaksanaannya.

Peneliti disini mendapati beberapa kendala yang dihadapi yaitu diantaranya terbatasnya SDM yang mana peneliti mendapatkan informasi dari informan kunci bahwa SDM yang dimaksud adalah mereka yang merangkap jabatan sebagai HRD sehingga tidak ada bagian khusus yang menangani bagia CSR atau bagian kehumasan atau Public Relations, kedua keterbatasan anggaran yang tersedia atau yang diturunkan dari pusat untuk program CSR ini khususnya pada Pembagian Al-Quran, kemudian kesiapan yang dimiliki oleh HRD dalam pelaksanaan kurang begitu baik, meskipun pada dasaranya setiap pesan yang disampaikan sangat berguna sekali bagi masyarakat khususnya di Kelurahan Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo ini. Peneliti dapat melihatn langsung hasil dan reaksi yang ada dimasarakat pada saat kegiatan berlangsung.

Peneliti melihat juga bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Purinusa ini sudah baik meskipun masih ada beberapa hal yang menjadi faktor kendala yang harus di evaluasi secara baik dan benar.

5 Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

1. Tujuan Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ini dapat meningkatkan citra perusahaan dimana kegiatan ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di Kelurahan Babakan Penghulu Kecamatan Cinambo.

2. Sasaran Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ini dilakukan dengan beberapa pertimbangan, diantaranya Perusahaan berdiri satu lingkup dengan masyarakat di Kelurahan Babakan Penghulu, rumah produksi berada dekat dengan pemukiman, SDM yang dimiliki terbatas, anggaran yang tersedia hanya mampu dalam lingkup kecil yaitu di Kelurahan Babakan Penghulu saja belum dapat meluas.
3. Pesan yang disampaikan oleh PT. Purinusa Eka Persada Bandung pada pelaksanaan Program CSR melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan itu memiliki cara penyampaian yang baik dengan beberapa strategi komunikasi yang dilakukannya, dimana para masyarakat mengikuti benar setiap pesan yang disampaikan, dan pemahaman akan pesan yang disampaikan dapat dipahami masyarakat namun pesan yang disampaikan masih belum dapat langsung disampaikan oleh HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung melainkan diwakili ole pihak masyarakat yang sekaligus menjadi narasumber pada kegiatan pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung memiliki strategi komunikasi CSR yang baik dan memiliki pengemasan pesan yang sedemikian rupa sehingga masyarakat bisa dengan baik meresponnya meskipun pesan tersebut diperantarai oleh pihak masyarakat yang sekaligus menjadi narasumber pada kegiatan itu.
4. 5. Skala waktu Human Resource Development (HRD) PT. Purinusa Eka Persada Bandung Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan Di Kecamatan Cinambo Kelurahan Babakan Penghulu Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ini masih memiliki kendala waktu sebagaimana dalam penetapan programnya dimana HRD harus mengutamakan tugas pokoknya yaitu sebagai HRD perusahaan. Dalam penentuan pelaksanaan program CSR selalu terundur dan tidak dapat ditentukan waktu yang tepatnya karena sewaktu-waktu dapat berubah seiring kerja HRD yang menjadi utama dalam pelaksanaanya. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa PT. Puinusa memiliki kendala waktu atau minimnya SDM yang disediakan sehingga bagian kehumasan atau ke PR an belum state of being sehingga merangkap pada HRD yang dengan jelas dapat menghambat kinerja nya.
5. Strategi Komunikasi HRD PT. Purinusa Eka Persada pada program CSR melalui kegiatan Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan ini dapat meningkatkan citra perusahaan, terlihat pada saat persiapan meskipun memiliki kendala namun tetap mampu menyesuaikan dan mengaturnya sehingga dengan ekstra dapat terlalui dengan penuh perjuangan. Melihat dari beberapa kendala yang memang menjadi dasar kendala strategi komunikasi HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung dalam penyampaian pesan pada kegiatan Pembagian Al-Quran ini belum terbilang baik karena pesan disampaikan tidak langsung disampaikan oleh HRD namun masih diwakili oleh salah satu pihak

dari masyarakat yang sekaligus menjadi narasumber di kegiatan Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan. 5. Strategi Komunikasi HRD PT. Purinusa Eka Persada pada program CSR melalui kegiatan Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan ini dapat meningkatkan citra perusahaan, terlihat pada saat persiapan meskipun memiliki kendala namun tetap mampu menyesuaikan dan mengaturnya sehingga dengan ekstra dapat terlalui dengan penuh perjuangan. Melihat dari beberapa kendala yang memang menjadi dasar kendala strategi komunikasi HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung dalam penyampaian pesan pada kegiatan Pembagian Al-Quran ini belum terbilang baik karena pesan disampaikan tidak langsung disampaikan oleh HRD namun masih diwakili oleh salah satu pihak dari masyarakat yang sekaligus menjadi narasumber di kegiatan Pembagian Al-Quran di Bulan Ramadhan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi PT. Purinusa Eka Persada Bandung

1) PT. Purinusa Eka Persada Bandung harus mampu membentuk bagian humas yang state of being yang memegang program CSR secara khusus agar lebih terfokus, karena mengingat pentingnya program CSR dalam meningkatkan citra perusahaan.
2) Bagi HRD PT. Purinusa Eka Persada Bandung harus mampu menjalin hubungan yang lebih baik dengan masyarakat seperti selalu hadir dalam setiap undangan kegiatan yang diadakan oleh masyarakat serta harus bisa menampung masukan dan aspirasi yang diberikan oleh masyarakat dan meningkatkan kreatifitas dalam menjalankan program CSR sehingga program lebih variatif

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1) Bagi peneliti selanjutnya, di harapkan lebih mampu mengembangkan penelitian pada objek yang sama ini, dan lebih memperkaya referensi pembahasan mengenai strategi komunikasi CSR.
2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam bidang ilmu komunikasi secara umum.
3) Untuk para peneliti selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari perusahaan dan data penelitian yang telah dilakukan. Sehingga penelitian tersebut dapat berjalan dengan lebih baik lagi dan lancar.

6. Daftar Pustaka

A. Buku

Ardianto, Elvinaro. 2013. Handbook of PR: Pengantar Komprehensif. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

_____. 2011 Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Cangara, Hafied, 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 2005. Dimensi - Dimensi Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.

_____. 2005. Ilmu Komunikasi Dalam Teori Praktek. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Fuady, Munir. 2005. Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Meleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2006. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

_____, Deddy. 2013. Komunikasi Organisasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nova, Firsan. 2011. Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nurudin. 2010. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Rusdianto, Ujang, 2013. CSR Communications, A Framework for PR Practicioners
Yogyakarta: Graha Ilmu.

Satori, Djam AN. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.

Soemirat & Ardianto. 2002. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Alfabeta.

_____. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

H. Achmad Taufiq Effendy. 2009. Integrated HRD. Jakarta : Grasindo.

Sukmadinata, Nana Syaodih. 2006. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Remaja Rosda Karya.

Widjaja. H.A.W. 2010. Komunikasi & Hubungan Msyarakat. Jakarta : Bumi Aksara. Ada fix

Wiryanto, 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Grasindo PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Yulianita, Neni. 2005. Dasar – Dasar Public Relations. Pusat Penerbitan Universitas (P2U), Bandung.

B. *Internet Searching*

- Perpustakaan Pusat Unikom www.elib.unikom.ac.id di akses tanggal 17 Januari 2016 pukul 18.17 WIB
- PT. Purinusa Eka Persada Bandung http://pt_pep_bandung.indo-network.co.id/ di akses tanggal 14 Januari 2016 pukul 19.39 WIB

C. Karya Ilmiah

Irman Sukirman, 2015. Strategi Komunikasi Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung Melalui Kegiatan Off-Air Dalam Menjaga Citra Lembaganya. Skripsi. Bandung : Universitas Komputer Indonesia.

Ilona Annisa, 2012. Strategi Komunikasi Bagian CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Melalui "SUN Mobil Unit Layanan Gizi Ibu dan Balita" Dalam Memberikan Wawasan Mengenai Gizi Seimbang Kepada Ibu Hamil dan Menyusui di Kecamatan Cililin. Skripsi. Bandung : Universitas Komputer Indonesia.

Dian Rhesa Rahmayanti, 2014. Strategi Komunikasi dalam Implementasi Progam CSR dan PKBL PT. KAI (Persero) DAOP VI Yogyakarta Tahun 2011 Terhadap Pembentukan Citra Perusahaan. Skripsi. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Surakarta.