ABSTRACT

"PUBLIC RELATIONS PROCESS OF PT. PUPUK KUJANG THROUGH BRIGHT WITH PUPUK KUJANG PROGRAM IN IMPROVING THE IMAGE IN DAWUAN SOCIETY"

By**:**

Mochammad Arief Santoso
Student ID No: 41812084

Advisor:
Melly Maulin P, S.Sos. M.Si

This study aims to determine the process of Public Relations of PT. Pupuk Kujang through "Bright With Pupuk Kujang" program in improving the image in Dawuan society, thus to address the issues, the researcher describes the sub micro issues of the Public Relations process namely scope of issues, plans and programs, taking action and communication as well as evaluation conducted by Public Relations in the program of "Bright With Pupuk Kujang".

Keywords: *Public Relations Process, Corporate Social Responsibility, Image*

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui proses Humas PT. Pupuk Kujang melalui program "*Bright With* Pupuk Kujang" dalam meningkatkan citra dikalangan masyarakat Dawuan, sehingga untuk menjawab masalah tersebut, maka peneliti menjabarkan sub-sub masalah mikro dari proses Humas yaitu batasan-batasan masalah, perencanaan dan program, pengambilan tindakan dan komunikasi serta evaluasi yang dilakukan Humas dalam program "*Bright With* Pupuk Kujang".

Kata Kunci: Proses Humas, *Corporate Social Responsibility*, Citra.

I. Latar Belakang Masalah

Proses dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh Humas sangat menentukan keberhasilan program yang sedang dijalankan. Suatu proses Humas baik untuk jangka panjang dan jangka pendek, harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati sehingga akan diperoleh hasil sesuai dengan yang diinginkan. Untuk melaksanakan kegiatan Humas dengan baik maka diperlukan proses, mengingat kegiatan Humas tidak hanya mementingkan hasil akhir, namun juga cara yang ditempuh untuk memperoleh hasil akhir tersebut.

Tujuan mampu terbentuk karena adanya sebuah proses yang dilalui oleh perusahaan tersebut. Proses Humas bergantung terhadap input informasi. Suatu kegiatan Humas yang ideal harus berdasarkan fakta, bukan asumsi, karena bidang Hubungan Masyarakat adalah suatu studi yang menyangkut sikap manusia, dibutuhkan ketajaman dan kepekaan analisis, Humas dapat mengubah pandangan atau penilaian negatif masyarakat terhadap perusahaan untuk meningkatkan dan mewujudkan citra yang diharapkan. Proses Humas selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian, dalam pelaksanaan Humas akan menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugasnya, berikut ini adalah empat langkah yang biasa dilakukan dalam proses Humas sebagaimana yang diajukan oleh Cutlip , Center dan Broom (2000:341) yang dikutip Elvinaro Ardianto dalam bukunya *Handbook of Public Relations*.

> "Proses Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas) yang pertama yaitu, batasan-batasan masalah yaitu Humas mulai melakukan pengkajian dan pemantauan opini, sikap dan perilaku yang terkait dengan

> tindakan dan kebijakan organisasi. Selanjutnya pada tahap kedua melakukan Perencanaan dan Program dimana Humas perlu melakukan pengumpulan informasi yang dilakukan pada tahap pertama digunakan untuk membuat keputusan-keputusan tentang publik-publik, sasaran-sasaran, dan tujuan komunikasi dalam pembuatan program tersebut.
> Tahap ketiga, Aksi dan Komunikasi merupakan tahap pelaksanaan atau kegiatan sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan. Tahap terakhir yaitu Evaluasi Program, Untuk mengetahui prosesnya sudah sesuai dengan harapan, seorang Humas perlu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil".

Keberadaan Humas di dalam suatu organisasi atau lembaga seperti PT. Pupuk Kujang adalah sebuah pertanda bahwa Humas memiliki peran yang penting dalam berjalannya sistem yang ada pada suatu lembaga. Keberadaannya mampu menghadirkan solusi bagi aspek-aspek sosial dan untuk kepentingan publik. Membangun citra positif di masyarakat ditentukan oleh apa yang diberikan dan ditampilan oleh perusahaan kepada publik.

Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas) menurut definisi dari Rex Harlow dalam Effendy adalah:

> "Fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam perasalahan atau persoalan; membantu manajemen menjadi tahu mengenai dan tanggap terhadap opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam membantu mengantisipasi kecenderungan; dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama". (Effendy, 1993:118)

Sebagai ujung tombak PT. Pupuk Kujang, Departemen Humas memiliki peran yang sangat penting sekali dalam membangun dan memelihara citra yang positif. Departemen Humas bagi PT. Pupuk Kujang menjadi komunikator secara langsung maupun tidak langsung, menyampaikan kebijakan perusahaan. Kinerja Humas yang baik dapat menguntungkan perusahaan dalam membina hubungan dengan *stakeholders*, terutama apabila perusahaan sedang mengalami tuduhan negatif atau krisis citra, dengan demikian Humas dapat menjadi fungsi manajemen yang secara khusus yang akan mewujudkan adanya saling pengertian antara perusahaan dan masyarakat.

Salah satu kegiatan yang sering digunakan dalam meningkatkan hubungan dengan masyarakat adalah *Corporate Social Responsibility*. Kegiatan CSR Humas telah lama menjadi alat atau sarana bagi PT. Pupuk Kujang untuk menunjukkan niat baik bagi perusahaan kepada masyarakat sekitar. PT. Pupuk Kujang memiliki salah satu program CSR yang khusus dijalankan untuk lingkungan sekitar perusahaan Kegiatan ini bernama "*Bright With* Pupuk Kujang" dengan, sejak awal berdirinya PT.Pupuk Kujang telah menyadari pentingnya berdampingan secara harmonis dengan masyarakat sekitar yaitu masyarakat Desa Dawuan. PT. Pupuk Kujang memahami betul, bahwa keberadaan perusahaan harus bisa memberi nilai tambah bagi kehidupan masyarakat sekitar dan lingkungannya. Itu sebabnya Pupuk Kujang telah menerapkan Program *Bright With* Pupuk Kujang (CSR) sebagai bagian dari kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan kepedulian meningkatkan kualitas

hidup masyarakat. Pada mulanya CSR yang dilakukan PT. Pupuk Kujang dilaksanakan dengan pendanaan yang diperoleh dari alokasi laba perusahaan, kini dana pelaksanaan program CSR ditetapkan sebagai biaya perseroan yang besarnya sama dengan kebutuhan program. *Bright With* Pupuk Kujang merupakan program yang berfokus pertanian, pendidikan, olahraga dan kesenian. Berkat partisipasinya memperbaiki lingkungan dan mensejahterakan masyarakat sekitar khususnya bidang pendidikan, melalui program *Bright With* Pupuk Kujang, PT. Pupuk Kujang menerima piagam penghargaan CSR Jabar 2016 dari Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan dalam rangka partisipasi membangun sarana pendidikan di SMA 2 Cikampek dan penyediaan fasilitas olahraga di salah satu sekolah sepak bola. Program "*Bright With* Pupuk Kujang" memberikan fasilitas pengembangan pendidikan dan pelestarian budaya dan kesenian serta ikut berpartisipasi pada pendidikan sepak bola usia dini.

Melalui *Bright With* Pupuk Kujang yang sudah menjadi kewajiban bagi BUMN untuk dijalankan, Departemen Humas PT. Pupuk Kujang berusaha untuk meningkatkan citra perusahaan. Program *Bright With* Pupuk Kujang yang dilaksanakan oleh PT. Pupuk Kujang, *Bright With* Pupuk Kujang juga dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan citra PT. Pupuk Kujang di masyarakat desa Dawuan, sehingga stabilitas perusahaan dapat terjaga dengan baik dan menjaga perkembangan bisnis PT. Pupuk Kujang.

Program *Bright With* Pupuk merupakan jawaban dari menyamakan kebutuhan serta kepentingan perusahaan dengan daerah bisnis khususnya di dikalangan

masyarakat desa Dawuan. "*Bright With* Pupuk Kujang" merupakan program yang dilaksanakan Humas khusus didaerah atau dilingkungan sekitar perusahaan yaitu desa Dawuan mengingat operasional PT. Pupuk Kujang yang berdekatan dan berada wilayah desa Dawuan maka dari itu dinilai perlu adanya suatu program *Corporate Social Responsibility* yang dapat mengakomodir kepentingan perusahaan dan hak-hak masyarakat desa Dawuan. "*Bright With* Pupuk Kujang" juga merupakan salah satu kegiatan yang tidak hanya untuk memenuhi kewajiban, melainkan sebagai bagian dari kepedulian dari PT. Pupuk Kujang kepada masyarakat sekitar yaitu Desa Dawuan. Mengingat PT. Pupuk Kujang telah beroperasi selama puluhan tahun di lingkungan masyarakat Desa Dawuan, kehadiran PT. Pupuk Kujang harus menghadirkan manfaat bagi masyarakat Desa Dawuan. Memperhatikan hal tersebut Humas PT. Pupuk Kujang perlu untuk meningkatkan citra karena dengan begitu akan menjadi perisai bagi perusahaan, jika suatu saat terkena isu yang membahayakan perusahaan.

Citra merupakan syarat mutlak bagi PT. Pupuk Kujang sebagai perusahaan yang besar terus berjalan dan berdampingan dengan masyarakat sekitar. Citra PT. Pupuk Kujang yang selama ini dibangun menggambarkan nilai, kepercayaan dan produktivitas PT. Pupuk Kujang sendiri, sehingga menghasilkan reputasi baik di mata masyarakat sekitar. Citra yang sudah dibangun perlu untuk ditingkatkan. Citra suatu organisasi atau perusahaan dibentuk oleh masyarakat, dari upaya dan program yang dilakukan dan diberikan oleh PT. Pupuk Kujang kepada masyarakat sekitar dalam meningkatkan citra. Begitu kepercayaan masyarakat

sekitar luntur karena citra yang negatif, maka akan sulit untuk memulihkan kepercayaan tersebut.

Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir komunal pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Realitas yang bisa didapatkan dari media massa atau media-media yang lain yang berhubungan langsung dengan publik bisa dianggap mewakili persepsi masyarakat. Citra yang datang dari masyarakat juga tercipta dari kesan yang diperoleh dari pengalaman masyarakat dengan perusahaan.

Menurut Siswanto Sujono (2004) dalam bukunya *Membangun Citra Perusahaan* yang dikutip Dr. Elvinaro Ardianto dalam bukunya *Handbook of Public Relations*, citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat:

> "Pertama, daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap. Perusahaan berusaha memenangkan persaingan pasar dengan menyusun strategi pemasaran taktis. Kedua, menjadi perisai selama masa krisis. Sebagian besar masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra baik, yang menyebabkan mereka mengalami krisis. Ketiga, menjadi daya Tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah asset perusahaan. Keempat, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Kelima, menghemat biaya operasional karena citranya baik". (Elvinaro, 2011:63)

Citra yang sudah didapat oleh PT. Pupuk Kujang ataupun lembaga tidak terjadi begitu saja tanpa adanya peran divisi atau departemen dalam pengelolaannya. Pengelolaan citra menjaga stabilitas perusahaan dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat dilakukan oleh Humas PT. Pupuk Kujang. Bagi suatu perusahaan khususnya seperti PT. Pupuk Kujang, kehadiran Humas

dan adanya citra positif akan sangat menguntungkan bagi keberlangsungan perusahaan ditengah-tengah masyarakat. Citra perusahaan juga berguna untuk memajukan hubungan baik dengan suatu komunitas yang dapat menjadi partner dalam suatu kegiatan seperti pelaksanaan CSR.

Suatu program pasti memerlukan proses untuk mencapai hasil akhir dan Citra yang baik dikalangan masyarakat tentu membutuhkan usaha dan proses yang maksimal, dengan usaha yang dilakukan oleh Humas PT. Pupuk Kujang dan melalui Program *Bright With* Pupuk Kujang, diharapkan dapat meningkatkan citra di masyarakat sekitar. Berdasarkan masalah yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **"Proses Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Dalam Meningkatkan Citra Positif di Masyarakat Desa Dawuan".**

II. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pernyataa yang jelas, tegas dan konkrit mengenai masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah ini terdiri dari rumusan masalah makro dan mikro.

2.1 Rumusan Masalah Makro

Rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah " Bagaimana Proses Humas PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Bright With

Pupuk Kujang dalam Meningkatkan Citra di Kalangan Masyarakat Desa Dawuan?

2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana batasan masalah-masalah yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan?
2. Bagaimana perencanaan program yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan?
3. Bagaimana pengambilan tindakan dan komunikasi yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan?
4. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan?

III. Maksud dan Tujuan Penelitian

3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari peneltian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai **Proses Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program Bright With**

Pupuk Kujang Dalam Meningkatkan Citra di Kalangan Masyarakat Desa Dawuan.

3.2 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui batasan masalah-masalah pada yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan.
2. Untuk mengetahui perencanaan yang dilakukan Humas PT, Pupuk Kujang melalui program Bright With Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan.
3. Untuk mengetahui pengambilan tindakan dan komunikasi yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan.
4. Untuk mengetahui evaluasi yang dilakukan PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan.

a. Kegunaan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka kegunaan dari penelitian ini ada dua yaitu keguanaan teoritis dan praktis:

3.3 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna secara teoritis memberikan kontribusi yang baik untuk pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya, khususnya berguna bagi pengembangan Komunikasi Organisasi dalam hal ini Proses Humas.

3.4 Kegunaan Praktis

Adapun dalam penelitian ini, selain memiliki kegunaan teoritisnya, peneliti juga memaparkan kegunaan praktis dari penelitian yang akan dilakukan :

a) Kegunaan untuk Peneliti

   Dengan dilakukannya penelitian ini akan sangat bermanfaat dan kegunaannya bagi peneliti. Dimana akan menjadi pengalaman yang berharga dan pemahaman dalam mengaplikasikan mengenai ilmu komunikasi dan implementasi kebijakan, Sehingga dapat tercapainya tujuan yang diinginkan.

b) Kegunaan untuk Akademik

   Adapun manfaat dan kegunaan bagi dunia akademik. Dimana sebagai literatur bagi Mahasiswa secara umum, dan bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus, terutama bagi peneliti berikutnya dengan bidang kajian yang sama.

c) Kegunaan untuk PT. Pupuk Kujang

Penelitian ini berguna bagi perusahaan yang diteliti sebagai informasi dan evaluasi tentang Proses Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan, sehingga PT. Pupuk Kujang dapat melaksanakan programnya yang lebih baik.

d) Kegunaan untuk Masyarakat Dawuan

Hasil dari penelitian ini dapat berguna untuk masyarakat sebagai informasi terkait Proses Humas PT. Pupuk Kujang melalui program *Bright With* Pupuk Kujang dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat Desa Dawuan, sehingga dapat dijadikan pembelajaran dan pemahaman bagi masyarakat tentang kewajiban perusahaan kepada lingkungannya.

IV. Pembahasan Hasil Penelitan

Telah dijelaskan pada BAB III, metode penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dengan judul penelitian Proses Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Dawuan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Proses Humas PT. Pupu Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" sudah cukup baik dan dari proses yang

baik itu pun PT. Pupuk Kujang mampu meningkatkan citra yang positif dikalangan Masyarakat Dawuan.

Salah satu kegiatan Public Relations adalah menunjang kegiatan manajemen untuk tujuan perusahaan dan berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan publiknya. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh humas PT. Pupuk Kujang adalah melaksanakan CSR yaitu melalui program "*Bright With* Pupuk Kujang" tujuannya adalah untuk meningkatkan citra. Menurut Edward L. Bernay yang dikutip (Ruslan, 1999: 19), telah menyebutkan 3 fungsi Public Relations yaitu:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Sedangkan menurut (Effendy, 1991: 123), fungsi Public Relations adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik intern dan publik ekstern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat diketahui bahwa fungsi dari Public Relations adalah membina hubungan yang harmonis, baik itu dengan publik intern maupun publik ekstern dalam rangka untuk mencapai tujuan yang diharapkan, demi terciptanya citra yang baik di mata publik.

Dalam tahap **Batasan masalah-masalah**, dimana Humas berpendapat bahwa program "*Bright With* Pupuk Kujang" dilakukan untuk mematuhi peraturan pemerintah yang tertera dalam Undang-Undang No.18 tahun 2007 pasal 74 mengenai perseroan terbatas dan untuk menjaga dan meningkatkan hubungan yang harmonis serta mensejahterakan masyarakat. Pada tahap awal ini pihak Humas PT. Pupuk Kujang melakukan *social mapping*. Dalam melakukan social mapping ini pihak Humas bekerja sama dengan konsultan PR yang independen, dengan social mapping ini pihak Humas PT. Pupuk Kujang dapat mengenali sasaran dari program "*Bright With* Pupuk Kujang" mana yang membutuhkan bantuan CSR dari PT. Pupuk Kujang. Dari social mapping ini juga Humas dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dari masyarakat, tahu mengenai potensi dan masalah yang sedang dialami masyarakat. Kemudian Humas melakukan pertimbangan-pertimbangan untuk dijadikan program "*Bright With* Pupuk Kujang".

Setelah melakukan dan mengetahui batasan masalah-masalah yaitu dengan melakukan social mapping, Humas PT. Pupuk Kujang mulai melakukan **perencanaan dan program.** Pada tahap ini pengumpulan informasi yang dilakukan pada tahap pertama digunakan untuk membuat keputusan-keputusan dalam pembuatan program tersebut. Pada tahap perencanaan ini Humas PT. Pupuk Kujang mulai melakukan

perencanaan kebutuhan anggaran sesuai dengan kemampuan perusahaan. Setiap program dibutuhkan anggaran untuk mendukung berjalannya program tersebut, kemudian mulai melakukan penjadwalan untuk menentukan kapan berjalannya program tersebut. Setelah itu Humas juga menentukan penetapan sasaran Sasaran utama PT. Pupuk Kujang adalah ring 1, warga yang ada disekitar perusahaan meliputi warga yang ada disekitar perusahaan seperti desa Dawuan tengah, Dawuan barat, dan Dawuan utara. Hal yang selanjutnya dilakukan Kita yaitu membuat *table* jadwal kegiatan program *Bright*, yang menentukan kapan akan dilaksanakannya program "*Bright With* Pupuk Kujang".

Pada tahap **pengambilan tindakan dan komunikasi** Yang pertama, yang dilakukan Humas Pada tahap ketiga dari proses Humas yaitu pengambilan tindakan dan Komunikasi, tahap ini merupakan perwujudan tindakan program dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu bagi setiap publik, untuk pencapaian sasaran program tersebut. Tahap inilah yang selanjutnya dilakukan oleh Departemen Humas PT. Pupuk Kujang untuk melaksanakan program yang sudah direncanakan sebelumnya. Peneliti dapat menyimpulkan dari kegiatan pengambilan tindakan dan Komunikasi yang yang dilakukan oleh Humas PT. Pupuk Kujang yaitu media sebagai komunikasi. Humas menggunakan media cetak sebagai sarana mengkomunikasikan programnya, seperti media lokal dan nasional. Media lain yang biasa digunaka adalah media tradisional seperti spanduk dan elektronik seperti website.

Selanjutnya Humas mulai melakukan pelaksanaan dilapangan. Ketika melaksanakan pengambilan tindakan dan komunikasi dari hasil observasi Humas juga

mengikut sertakan Sekretaris Perusahaan sebagai perwakilan dari top managemen. Kedudukan LSM seperti suara masyarakat Dawuan dalam CSR dibutuhkan tidak hanya untuk mengontrol pelaksanaan CSR, tetapi untuk bersama-sama membangun masyarakat. Keterlibatan organisasi atau LSM ini juga dapat membantu semakin dekatnya hubungan PT. Pupuk Kujang dengan Masyarakat. LSM juga membantu perusahaan untuk menampung apa yang menjadi aspirasi masyarakat.

Setelah ke tiga tahap diatas dilimplementasikan, selanjutnya dilakukan **Evaluasi Program.** Evaluasi program mencakup kesiapan penilaian dari implementasi dan hasil dari program yang dijalankan. Optimalisasi program *Corporate Social Responsibility* secara menyeluruh dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang. Aksi lanjut yang terarah saat mengimplementasikan program kerja. Salah satu aksi lanjut yang dilakukan Humas adalah dengan melakukan rapat koordinasi evaluasi antara Humas dan divisi lain serta organisasi masyarakat atau LSM dalam setiap program CSR tak terkecuali Program Bright. Biasanya rapat evaluasi ini diadakan setiap akhir tahun. Rapat evaluasi kordinasi ini diadakan untuk melihat apakah pelaksanaan CSR yang telah dilakukan berjalan dengan baik dan sesuai harapan. Rapat koordinasi sebagai bentuk untuk mencari penyesuian pembuatan program yang dilaksanakan dengan rencana semula.

Tahap **Proses Humas** PT. Pupuk Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Dawuan, dilihat dari metode batasan masalah-masalah, perencanaan dan program, pengambilan tindakan dan evaluasi merupakan yang paling penting dalam pelaksanaan program dan

berpengaruh terhadap citra dikalangan Masyarakat Dawuan yaitu dalam melakukan Batasan-batasan masalah dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan dengan menggunakan metode *Social mapping* dengan bekerja sama dengan konsultan PR yang independen, dengan metode ini dapat diketahui mana wilayah yang memerlukan bantuan *Corporate Social Responsibility* dan potensi yang didapat. Kemudian Perencanaan dan Program yang dilakukan Humas dengan menetapkan anggaran yang dibutuhkan untuk program "*Bright With* Pupuk Kujang", kemudian melakukan penjadwalan yang akan menentukan kapan program "*Bright With* Pupuk Kujang" dapat berjalan. Dari hal tersebut citra PT. Pupuk Kujang di mata masyarakat Dawuan terus meningkat.

Berdasarkan konsep Triple Bottom Line (John Elkington, 1997) atau tiga faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia (*people, profit and planet*) Program tanggung jawab sosial yang dilaksanakan PT. Pupuk Kujang dalam hal ini program "*Bright With* Pupuk Kujang" karena keuntungan perusahaan tergantung kepada citra perusahaan di mata masyarakat desa dawuan yang berada di lingkungan PT. Pupuk Kujang. PT. Pupuk Kujang tidak bisa begitu saja mengesampingkan peran *stakeholders* dan hanya mengejar profit semata.

Jika PT.Pupuk Kujang melupakan dan mengabaikan keberadaan masyarakat sekitar dan keseimbangan *triple bottom line* maka akan terjadi gangguan di lingkungan sekitar perusahaan. Berlangsungnya program "Bright With Pupuk Kujang" dan kegiatan lainnya, manfaat yang telah didapatkan PT. Pupuk Kujang adalah mendongkrak citra atau *image* positif perusahaan.

Ketika PT. Pupuk Kujang melaksanakan CSR yang merupakan kontribusi positif untuk masyarakat, terutama masyarakat yang berada di ring 1 PT. Pupuk Kujang. Melihat reaksi masyarakat yang positif, berarti masyarakat senang dengan keberadaan perusahaan maupun operasionalnya. Setelah dilaksanakan survei kepuasan lingkungan respon dari masyarakat sudah optimal.

V. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan teknik wawancara medalam (Indept Interview) kepada informan kunci Pak Ade Cahya Kurniawan dan Pak Mochamad Radityo dari Departemen Humas PT. Pupuk Kujang dan juga informan pendukung Kepala Desa Dawuan yaitu Bapak Jejen Zainal Arifin dan Kepala Sekolah SMA 2 Cikampek yaitu Ibu Dida Siti mengenai Proses Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program With Pupuk Kujang Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Desa Dawuan. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Batasan masalah-masalah yang dilakukan oleh Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Desa Dawuan. Humas PT. Pupuk Kujang melakukan metode *Social Mapping* untuk mencari tahu sasaran, potensi dan kebutuhan dari masyarakat, mengenali kondisi sosial masyarakat dan juga untuk menemukan data yang konkrit yang dianggap dapat dijadikan patokan bagi tahap selanjutnya.

2. Perencanaan dan program yang dilakukan Depertemen Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Dawuan, Humas PT. Pupuk Kujang melakukan perencanaan kebutuhan anggaran sesuai dengan kemampuan perusahaan. Setiap program dibutuhkan anggaran untuk mendukung berjalannya program tersebut. Hal yang selanjutnya dilakukan Departemen Humas PT. Pupuk Kujang adalah membuat table jadwal kegiatan program Bright, yang menentukan kapan akan dilaksanakannya program tersebut. Humas melakukan penetapan khalayak sasaran dari program "*Bright With* Pupuk Kujang" .

3. Pengambilan tindakan dan Komunikasi yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Dawuan, pertama itu Humas turun langsung ke lapangan untuk melakukan menentukan media yang akan digunakan dalam melakukan komunikasi dengan menggunakan media massa berupa cetak dan elektronik. Setelah itu, Humas mulai melakukan pelaksanaan dilapangan. Ketika pelaksanaan program "*Bright Wit* Pupuk Kujang" Humas juga bekerja sama dengan Sekretaris Perusahaan dan beberapa Organisasi seperti LSM. Kedudukan LSM dalam CSR dibutuhkan untuk bekerja sama membangun masyarakat.

4. Evaluasi yang dilakukan Humas PT. Pupuk Kujang Melalui Program "*Bright With* Pupuk Kujang" Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Dawuan, melakukan rapat koordinasi evaluasi antara Humas dan dengan top manajemen serta LSM dalam setiap program CSR tak terkecuali Program Bright. Biasanya rapat evaluasi ini diadakan setiap akhir tahun. Rapat evaluasi kordinasi ini diadakan untuk melihat apakah pelaksanaan CSR yang telah dilakukan berjalan dengan baik dan sesuai harapan. Selain itu, Survei kepuasan lingkungan juga dilakukan sebagai penilaian dan evaluasi, bekerja sama dengan perguruan tinggi sekitar.
5. Proses Humas agar dapat memahami persoalan dan bertindak berdasarkan fakta yang ada dilapangan. Peneliti mengambil kesimpulan pada setiap proses Humas PT. Pupuk Kujang pada kegiatan CSR yang dilaksanakan sudah optimal. Humas PT. Pupuk Kujang sudah menjalankan setiap tahapan proses Humas yaitu batasan-batasan masalah, perencanaan dan program, pengambilan tindakan dan evaluasi.

VI. Saran

Dalam penelitian yang peneliti lakukan, peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

5.1 Saran Untuk PT. Pupuk Kujang

Sebaiknya Kegiatan CSR PT. Pupuk Kujang dapat menyentuh semua elemen masyarakat yang membutuhkan bantuan, dengan melakukan identifikasi masalah berdasarkan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar merumuskan program CSR. Tahap ini bisa dilakukan dengan menghimpun aspirasi masyarakat.

5.2 Saran bagi Peneliti

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti agar lebih bisa memahami penelitian secara baik agar kedalaman hasil penelitian dapat tercapai. Pemilihan informan harus dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan, hal tersebut harus dilakukan agar nanti informasi yang diinginkan dapat diperoleh yang nantinya informasi tersebut akan menentukan hasil dari penelitian.

VII. Daftar Pustaka

Buku:

Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Budi Untung. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.

Cangara, Hafied. 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Dedy Mulyana. 2003. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 1993. Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Elvinaro Ardianto. 2011. *Handbook of Public Relations.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mukhtar, 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.

Moleong, 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Onong uchjana Effendy. 2004. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.

Rahmat, Krisyantono. 2006. Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.

Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Suharto, Edi. 2009. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial. Bandung; rafika ADITAMA.

Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumber Internet:

http://www.pupuk-kujang.co.id/profile/riwayat-singkat-perusahaan

Penelitian Terdahulu:

Fitri Sry Pratiwi. 2013. Proses Public Relations PT. Bio Farma Melalui Program Imunisasi. Skripsi pada FISIP Unikom Bandung.

Ridho Winanda. 2012. Proses *Public Relations* Pada Kegiatan One Billion Indonesia Trees Oleh PT. BNI (Persero). Skripsi pada UNPAD Bandung.

Lusy Meilani. 2013. Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB Van Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya. Skripsi pada FISIP Unikom Bandung.