

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility atau yang lebih banyak masyarakat luas ketahui adalah CSR. *Corporate Social Responsibility* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai rasa kewajiban atau tanggung jawab terhadap kepedulian perusahaan kepada lingkungan sosial dimana perusahaan itu berkembang.

Gina, Santoso, Risna (2019) dalam jurnal Pekerjaan Sosial Volume 2, nomor 1, halaman 62 yang berjudul “Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia” menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan satu kegiatan yang dipakai pelaku bisnis atau pengelola perusahaan yang mempunyai tanggung jawab terhadap perilaku sosial dimata masyarakat. Melaksanakan proses kewajiban sosial kepada masyarakat pemangku kebijakan disebuah perusahaan dapat menitik fokuskan kepada tiga aspek, yakni ekonomi, lingkungan dan sosial. Hal tersebut dilaksanakan karena berhubungan dengan salah satu cara untuk mencegah krisis.

Bakrie & Brothers merupakan perusahaan terkemuka di Indonesia yang memiliki banyak anak perusahaan di beberapa sektor industries seperti Pertambangan, MIGAS, Properti, Infrastruktur, Media, dan Telekomunikasi. Perusahaan dalam menjalankan usahanya tentunya banyak membutuhkan bantuan masyarakat untuk bisa berkembang hingga saat ini. Bakrie & Brothers dan semua anak perusahaan dalam menjalankan usahanya diharapkan dapat membawa

manfaat. Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari Bakrie Untuk Negeri pada awalnya hanya berlaku sebagai *tagline* dari aktivitas sosial kelompok bakrie yang merupakan penggolongan nilai dan falsafah dalam setiap menjalankan aktivitas perusahaan. Pada ulang tahun Bakrie & Brothers ke-69 tahun 2010 filosofi Bakrie Untuk Negeri ini dikukuhkan dalam sebuah dokumen yang dinamakan PIAGAM BAKRIE dan ditandatangani oleh generasi ke-2 Bakrie.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari website untuknegeri.org payung hukum *Corporate Social Responsibility* dari kelompok bakrie ini adalah “Bakrie Untuk Negeri” yang disampaikan oleh Bapak Anindya N. Bakrie dalam acara temu forum *Corporate Social Responsibility* Bakrie pada maret 2006 dan diresmikan pada 17 Agustus 2007 namun aktivitas sosial ini telah berlangsung dari perusahaan bakrie berdiri yakni sejak tahun 1942.

PT. Bakrie Pipe Industries merupakan salah satu anak perusahaan Bakrie & Brother yang sudah menjalankan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dan mempunyai banyak program *Corporate Social Responsibility* yang berkontribusi untuk kepentingan masyarakat berfokus dibidang pembangunan kemanusiaan, lingkungan dan kesejahteraan di Indonesia.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari sosial media Instagram @bakriepipeindustries terdapat lima program utama *Corporate Social Responsibility* yaitu BPI Cerdas merupakan program kegiatan yang berfokus kepada pemberian beasiswa, bimbingan belajar, praktik lapangan dan magang bagi siswa SLTA dan mahasiswa. Program ini juga memberikan pelatihan penyuluhan kepada sekolah-sekolah, kampus, serta membantu sarana pendidikan

dan lain-lain. Selanjutnya BPI Peduli, program ini berupa bantuan kegiatan sosial dan bingkisan lebaran untuk warga sekitar perusahaan. BPI Mitra, yaitu program kerja sama atau kemitraan antara perusahaan dengan warga sekitar dalam kegiatan pembinaan dan memberdayakan kepada masyarakat dan pengusaha kecil guna menjadi mitra perusahaan sehingga memenuhi kriteria yang diharapkan seperti pembuatan makanan berupa bubur, roti dan lain-lain untuk membantu mengangkat perekonomian warga yang memiliki usaha. BPI Hijau merupakan salah satu program Utama *Corporate Social Responsibility* di PT BPI ini karena alam juga menjadi sasaran kepedulian perusahaan, turut serta menghidupkan negeri. BPI Sehat Adalah kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar untuk turut serta dalam meningkatkan kesehatan masyarakat seperti kegiatan donor darah yang dilakukan setiap setahun sekali.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi Instagram @bakriepipeindustries, telah melaksanakan berbagai macam yang berdasar kepada aspek sosial, ekonomi dan juga lingkungan yang berdasarkan pada konsep *Triple Bottom Line* yang di perkenalkan oleh John Elkington tahun 1994. Konsep TBL ini terdiri dari 3 pilar penting yakni *profit* tentang bagaimana perusahaan dalam mengambil keuntungan, *people* menekankan kepada aspek memberikan hak-hak yang dimiliki oleh masyarakat, *planet* menjaga lingkungan keragaman hayati disekitar perusahaan berdiri. Konsep ini menyatakan bahwa perusahaan harus bisa berkontribusi terhadap keberlangsungan hidup masyarakat dengan memperhatikan lingkungan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan disekitar perusahaan dan tidak hanya berfokus kepada keuntungan

yang didapatkan oleh perusahaan.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari surat kabar elektronik antvklik.com, program *Corporate Social Responsibility* PT.BPI sudah mendapatkan penghargaan sebanyak enam kali berturut-turut dari Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat dari tahun 2015 sampai tahun 2020. Penghargaan yang di raih oleh PT Bakrie Pipe Industries sebagai Mitra Pembangunan Jawa Barat melalui Program *Corporate Social Responsibility* yang dinilai telah ikut berkontribusi terhadap pembangunan di Jabar. Melalui program *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat meningkatkan hubungan yang baik dan harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar yang berada dilingkungan perusahaan.

Beberapa penelitian mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai sarana peningkatan reputasi disebuah perusahaan telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian ini mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai sarana peningkatan reputasi (Analisis Deskriptif pada perusahaan PT Bakrie Pipe Industries), karena ingin mengetahui bagaimana program ini bisa yang berorientasi di masyarakat bisa meningkatkan reputasi sebuah lembaga ataupun perusahaan.

Public Relation Officer harus bisa membangun dan mempertahankan reputasi sebuah perusahaan atau organisasi. Pada hakikatnya reputasi merupakan cara bagaimana perusahaan bisa melakukan sebuah pendekatan komunikasi kepada publiknya salah satu cara untuk membangun pendekatan komunikasi dengan publiknya itu adalah dengan membangun atau melaksanakan program *Corporate*

Social Responsibility yang dapat membentuk citra lembaga, sehingga bisa membentuk reputasi yang positif untuk lembaga.

Program *Corporate Social Responsibility* PT. Bakrie Pipe Industries merupakan sebuah program yang menarik untuk diteliti dari segi kebijakan dalam membangun reputasi perusahaan yang digunakan oleh Bakrie & Brothers Tbk, dalam menjalankan bisnisnya Bakrie & Brothers Tbk memberikan dampak kepada ekonomi, sosial dan lingkungan maka dari itu sesuai dengan piagam bakrie dan semangat para pendiri bakrie dalam menjalankan setiap aktivitas perusahaan harus memberi kontribusi pembangunan kemanusiaan, lingkungan dan kesejahteraan masyarakat indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana PT. Bakrie Pipe Industries melalui program *Corporate Social Responsibility* . Peneliti ini menganalisis bagaimana Pengimplementasian Program *Corporate Social Responsibility* sebagai sarana peningkatan Reputasi yang di fokuskan sebagai berikut:

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan sebagai berikut Bagaimana Pengimplementasian program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi. Fokus penelitian di atas peneliti telah dirinci sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada aspek *Profit* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan?
2. Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada aspek

People Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan?

3. Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada aspek *Planet* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengimplentasian program *Corporate Social Responsibility* sebagai sarana pembentukan reputasi atau corporate identity, tujuan tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada aspek *Profit* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan
2. Untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada aspek *People* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan
3. Untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada aspek *Planet* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini lebih digunakan untuk penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu yang berhubungan dengan tema penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan juga kegunaan praktis, berikut merupakan hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat.

D.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran atau sumbangan informasi terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi terkhusus konsentrasi Hubungan Masyarakat di dasarkan pada analisis deskriptif dan dapat mendeskripsikan mengenai pelaksanaan atau implementasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. Bakrie Pipe Industries yang telah melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dengan konsep *Triple Bottom Line* yang terbagi menjadi tiga aspek yakni *profit, people* dan *planet*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan mengenai studi-studi tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari *Public Relations* yang berlandaskan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan konsep *Triple Bottom Line*.

D.2 Kegunaan Praktis

(1) Bagi Lembaga

Penerapan konsep Implementasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan Bakrie Pipe Industries diharapkan dapat berkontribusi dan memberikan pemahaman dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan juga meningkatkan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan oleh pun berdasar kepada konsep *Triple Bottom Line* yang dimana selalu mengedepankan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Peneliti ini juga diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan agar bisa lebih baik dan mencapai tujuan dari perusahaan di masa yang akan datang.

(2) Bagi Akademik

Bagi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung khususnya Prodi Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan memberi kontribusi untuk dijadikan bahan bacaan bagi mahasiswa yang hendak melakukan penelitian dengan tema Implementasi *Corporate Social Responsibility* menggunakan konsep *Triple Bottom Line* agar nanti mahasiswa akan mudah mendapatkan referensi mengenai tema yang peneliti angkat yaitu Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi.

E. Landasan Pemikiran

Pemikiran dibutuhkan sebagai tumpuan untuk mejadi dasar dari sebuah penelitian, begitupun dengan penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menempatkan acuan pendukung peneliti melalui landasan pemikiran.

E.1 Penelitian Terdahulu

Kajian literatur dalam penelitian ini akan diawali dengan pemaparan penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang peneliti anggap sama sebagai masukan dan mengklasifikasikannya dengan penelitian terdahulu.

Proses selanjutnya akan terlihat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu, sehingga bisa terlihat originalitas dari penelitian ini, namun jika ada persamaan atau perbedaaan dalam sebuah penelitian itu merupakan hal yang wajar karena setiap penelitian akan selalu melengkapi penelitian sebelumnya.

Pertama, penelitian yang dilakukan Tsania Rosania Hidayah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Surakarta (skripsi 2019). Penelitian ini berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Semen Gresik di Rembang) dengan menggunakan metode deskriptif Kualitatif.

Hasil dari penelitian ini di peroleh dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* Bina Lingkungan PT Semen Gresik dengan menggunakan implementasi dengan konsep *Triple Bottom Line* menunjukkan bahwa perusahaan menunjukkan keberlanjutan dan mempertahankan citra dari perusahaan, dengan melakukan program *Corporate Social Responsibility* BUMDES dan FMM yang berfokus untuk mmebantu meningkatkan perekonomian di daerah sekitar perusahaan berdiri.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Yuliya Siska Fajar Lestari mahasiswa Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Muhammadiyah Malang (skripsi 2019). Penelitian ini Berjudul Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Astra Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Komunitas dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini diperoleh yaitu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT Astra yang berfokus pada peningkatan ekonomi yang berada di Desa Sukolilo telah berjalan cukup baik dan bisa membuka peluang pekerjaan. Dua program unggulan dari *Corporate Social Responsibility* PT Astra yaitu pembuatan bengkel las dan juga Bank samapah yang masing-masing memiliki manfaat untuk warga sekitar Desa Sukolilo.

Ketiga, jurnal yang dituliskan oleh Lin Aqiela, Santoso Tri Raharjo, Risna Resnawaty Universitas Padjajaran (2018) yang berjudul Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) El-Corps dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini diperoleh bagaimana bentuk implementasi CSR menunjukkan bahwa program CSR El-Corps terimplementasikan dalam dua bentuk, yaitu *community relations* yang dilakukan melalui program adik-kakak asuh, *sponsorship*, penggalangan dana yang bermitra dengan lembaga sosial ACT dan pelaksanaan seminar. Sedangkan implementasi dalam bentuk *community assistance* termasuk di dalamnya program Duta Dauky, dan bentuk kerja sama dengan majelis ta'lim Nurul Nisa. Kemudian bila dilihat dari sifatnya terdapat dua bentuk CSR yang diberikan oleh perusahaan El-Corps, yaitu dalam bentuk charity dan filantropi namun belum sampai pada citizenship yang bentuk program CSR nya sampai pada pemberdayaan masyarakat.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Masruhi Kamidin, Sabri Hasan, Ajmal As'ad Universitas Muslim Indonesia (2019) yang berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar dengan menggunakan metode Analisis Deskriptif Kualitatif.

Hasil dari penelitian ini diperoleh PDAM Kota Makassar mencanangkan program TJSL yang menerapkan *triple bottom lines* yaitu menyelaraskan ekonomi, sosial, dan lingkungan namun dalam implementasi CSR belum memberikan perhatian yang maksimal terhadap aspek sosial dan ekonomi.

Penetapan dana *Corporate Social Responsibility* di PDAM Kota Makassar mempunyai anggaran khusus dan disesuaikan dengan program-program yang akan dilaksanakan.

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Eka Nurlina dan Rusdy Universitas Syiah Kuala dan Universitas Teuku Umar (2020) Penelitian ini berjudul Implementasi CSR PT. LCI Dalam Pemberdayaan Masyarakat Lhoknga Leupung Dalam Tinjauan Masalah dengan metode analisis Deskriptif.

Hasil dari penelitian ini diperoleh program CSR PT. LCI telah memenuhi nilai-nilai kemaslahatan, peneliti menggunakan modifikasi piramida CSR Carrol dan piramida masalah. Kedua piramida tersebut dianalisa dalam program CSR yang telah diterapkan. Analisa penulis menunjukkan bahwa dari segi program CSR dan tujuan pencapaiannya telah tepat, namun belum mencapai masalah, dengan mengutamakan kepentingan al- dharuriyyah, kemudian dilanjutkan dengan kepentingan al-hajjiyah dan terakhir kepentingan al-tahşiniyyah.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian penelitian terdahulu ini adalah peneliti mendapatkan referensi dari beberapa hasil yang dianggap relevan, namun kebanyakan dari peneliti membahas bagaimana strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* dan sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui hanya implementasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan BPI untuk meningkatkan reputasi.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti Judul Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian dilaksanakan	Perbedaan
1	Tsania Rosania Hidayah (Skripsi)	Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahan kan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Semen Gresik di Rembang) (2019)	Metode penelitian deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah penerapan <i>Corporate Social Responsibility /Bina Lingkungn PT Semen Gresik menggunakan implementasi dengan Tripple Bottom Line. Dalam menunjukkan keberlanjutan perusahaan dan citra perusaha. Dengan</i>	Sama membahas mengenai Implementasi dari Program <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menggunakana konsep TBL sebagai landasan Untuk menjalankan program <i>Corporate Social Responsibility</i>

				adanya penerapan program BUMDES dan FMM sebagai upaya peningkatan perekonomian daerah sekitar perusahaan.		
2	Yuliy Siska Fajar Lestari	Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Astra Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Komunitas (Studi Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>)	metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif	pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Astra dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat berbasis masyarakat di Desa Sukolilo telah berjalan cukup baik, terbukti dengan adanya	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif tentang bagaimana implementasi program <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan meningkatkan Citra perusahaan	Penelitian ini menggunakan konsep TBL sebagai landasan Untuk menjalankan program <i>Corporate Social Responsibility</i>

		<p>Pt. Astra Di Desa Sukolilo Jabung Malang) (2019)</p>		<p>program ekonomi yang meliputi pembuatan bengkel las, distribusi pekerjaan. dan bank sampah. meningkatkan pendapatan beberapa warga di Desa Sukolilo. Selain program bank sampah, ini juga memiliki dampak yang baik, terbukti dengan berkurangnya pembuangan sampah di sungai oleh warga Desa Sukolilo.</p>	
--	--	---	--	--	--

3	Lin Aqiela, Santoso Tri Raharjo, Risna Resnawaty	Implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) El- Corps (2018)	metode penelitian kualitatif desk riptif	Hasil penelitian ini menjelaskan bentuk implementasi CSR menunjukkan bahwa program CSR El-Corps terimplementa sikan dalam dua bentuk, yaitu community relations yng dilakukan melalui program adik- kakak asuh, sponsorship, penggalangan dana yang bermitra dengan lembaga sosial ACT dan	memberi sumbangsih pemikiran yang positif tentang bgaimana program <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat mempertahank an citra perusahaan	Penelitian ini menggunakana konsep TBL sebagai landasan Untuk menjalankan program <i>Corporate Social Responsibility</i>
---	---	--	--	--	---	---

				<p>pelaksanaan seminar.</p> <p>Sedangkan implementasi dalam bentuk community assistance termasuk di dalamnya program Duta Dauky, dan bentuk kerja sama dengan majelis ta'lim Nurul Nisa.</p>		
4	<p>Masruhi Kamidin, Sabri Hasan, Ajmal As'ad</p>	<p>Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar (2019)</p>	<p>Metode penelitian Analisis Deskriptif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini diperoleh PDAM Kota Makassar mencanangkan program TJSL yang menerapkan triple bottom lines yaitu menyelaraskan</p>	<p>memberi sumbangsih pemikiran yang positif tentang bgaimana program <i>Corporate Social Responsibility</i> dijalankan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan konsep TBL sebagai landasan Untuk menjalankan program <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

				ekonomi, sosial, dan lingkungan namun dalam implementasi CSR belum memberikan perhatian yang maksimal terhadap aspek sosial dan ekonomi.	dalam sebuah perusahaan	
5	Eka Nurlinaa dan Rusdy	Implementasi CSR Pt. Lci Dalam Pemberdayaan Masyarakat Lhoknga Leupung Dalam Tinjauan Masalah (2020)	Metode penelitian deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menyimpulkan Hasil dari penelitian ini diperoleh program CSR PT. LCI telah memenuhi nilai-nilai kemaslahatan, peneliti menggunakan modifikasi	memberi sumbangsih pemikiran yang positif tentang bgaimana program <i>Corporate Social Responsibility</i> dijalankan dalam sebuah perusahaan	Penelitian ini menggunakan konsep TBL sebagai landasan Untuk menjalankan program <i>Corporate Social Responsibility</i>

				<p>piramida CSR Carrol dan piramida masalah. Kedua piramida tersebut dianalisa dalam program CSR yang telah diterapkan. Analisa penulis menunjukkan bahwa dari segi program CSR dan tujuan pencapaiannya telah tepat, namun belum mencapai masalah, dengan mengutamakan kepentingan</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				al- dharuriyyah, kemudian dilanjutkan dengan kepentingan al-hajjiyah dan terakhir kepentingan al-tahşiniyyah.		
--	--	--	--	--	--	--

E.2 Landasan Teoretis

1) *Triple Bottom Line*

Kegiatan aktivitas sosial yang dijalankan oleh perusahaan yang merupakan upaya dari manajemen perusahaan untuk meminimalisir berita-berita negatif dan memaksimalkan sisi positif terhadap sikap dan pandangan dari masyarakat dan juga karyawan (*stakeholder*) mengenai citra dari sebuah perusahaan, yang berkaitan dengan kepedulian ekonomi, sosial dan lingkungan hidup di alam sekitarnya. Menurut Carol (1991) dalam jurnal yang berjudul *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders* konsep piramida *Corporate Social Responsibility* vol 3 hal 39 menjelaskan bahwa ada empat tanggung jawab yang menjadi tanggung jawab dari sebuah perusahaan.

Program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Bakrie Pipe Industries merupakan salah satu bentuk *Corporate Social Responsibility* Filantropis karena program ini mendapatkan aspek kemanusiaan dan

perusahaan tidak mengambil laba tetapi perusahaan lebih menghasilkan kontribusi dan memberikan manfaat yang bisa dirasakan langsung kepada masyarakat. *Corporate Social Responsibility* Filantropis ini lebih mengedepankan kesukarelaan karyawan untuk bisa bertanggung jawab penuh terhadap perusahaan dan juga terlebih khusus kepada masyarakat sekitar tanpa mengharapkan imbalan.

- (1) Tangung jawab ekonomi, yaitu tanggung jawab yang mengacu kepada aspek ekonomis yang memungkinkan untuk menghasilkan laba atau profit kepada perusahaan sehingga perusahaan bisa berkembang dengan baik kedepannya dan bisa mempertahankan eksistensi. Tanggung jawab hukum, yaitu dalam menjalankan aktivitas perusahaan harus mematuhi dan menaati hukum yang berlaku, tidak boleh melanggar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah dalam menjalankan perusahaannya.
- (2) Tanggung jawab etis yaitu perusahaan harus menjalankan etika moral dalam menjalankan persaingan bisnis yang merujuk kepada etika dan norma masyarakat yang dipakai untuk rujukkan bagi para pelaku bisnis.
- (3) Tanggung jawab *Filantropis*, selain perusahaan harus mendapatkan keuntungan, taat kepada hukum, berperilaku baik, perusahaan dapat berkontribusi langsung dengan masyarakat terhadap komunitas-komunitas yang berada disekitar dari perusahaan itu berdiri sehingga perusahaan dapat memperhatikan kepentingan masyarakat lebih luas lagi.

E.3 Landasan Koseptual

(1) *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan kewajiban sebuah perseroaan untuk ikut serta dalam peningkatan atau pembangunan ekonomi yang berkepanjangan untuk tetap meneggakan aspek kewajiban sosial perseroan dan memfokuskan pada keteraturan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility adalah kewajiban perusahaan untuk bertindak untuk pengembangan ekonomi berkepanjangan guna memajukan kapasitas kehidupan yang lebih baik lagi, baik untuk perusahaan sendiri, organisasi, maupun masyarakat pada umumnya (UU Nomor 40 tentang PT). Pengertian *Corporate Social Responsibility* sendiri memiliki kesamaan atau bahkan sering dengan beberapa nama lain. Fajarin dalam jurnal komunikasi Kareba yang berjudul “Analisis Fungsi *Public Relations* PT.Indofood Cbp Sukses Makmur Dalam Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Di Makassar” menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* antara lain diidentikkan dengan bantuan Perseroan (*Corporate Giving/Charity*), kebaikan Perseroan (*Corporate Philanthropy*), hubungan dengan masyarakatan (*Corporate Community*), dan Pembangunan Masyarakat (*Community Development*)” Rahman (2009:65) menyebutkan dalam penerapan dilapangan, aktivitas *Corporate Social Responsibility* memiliki sejumlah unsur seperti:

- (1) berhubungan dan berkelanjutan
- (2) Pemberdayaan organisasi

(3) Rencana *Corporate Social Responsibility* bersifat dua arah.

Pada dasarnya sifatnya, pengaplikasian rencana *Corporate Social Responsibility* dapat dibagi dua yaitu program Pemberdayaan Masyarakat dan Program pembangunan hubungan dengan publik.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* merupakan kebijakan dari pola atau metode yang tersusun untuk mencapai sebuah hasil dari penyusunan yang berlandaskan kepada aspek pondasi ekonomi, sosial dan lingkungan. Implementasi *Corporate Social Responsibility* menurut Wibisono (2007: 138-139) implementasi program *Corporate Social Responsibility* bisa diatur ke beberapa bagian, seperti berikut:

- (1) Program yang berfokus sebagai pembuat kegiatan utama.
- (2) Program desentralisasi Kegiatan dilaksanakan di luar area perusahaan.
- (3) Program kombinasi.

(2) Implementasi

Implementasi secara sederhana merupakan penerapan atau pelaksanaan Usman (2002:79) menjelaskan implementasi adalah pengembangan kegiatan menyelaraskan. Implementasi berujung untuk pelaksanaan, adanya aktivitas atau kegiatan, atau prosedur suatu sistem. Implementasi tidak hanya sekedar kegiatan, melainkan suatu kegiatan yang terarah dan terusun yang dilaksanakan secara benar berdasarkan rujukan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Implementasi memiliki poin-poin penting dalam prosesnya, menurut Sumaryadi (2005:79) menyebutkan ada tiga poin penting dalam proses implementasi yaitu:

- (1) Adanya program atau kebijakan yang dilaksanakan

- (2) Target kelompok atau elemen masyarakat yang menjadi sasaran mendapatkan manfaat dari program
- (3) Unsur pelaksanaan baik di organisasi ataupun bisa perorangan untuk bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dan melakukan pengawasan dari proses implementasi.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah sistem yang tersusun dan terencana untuk mencapai tujuan dari sebuah lembaga atau perusahaan yang berorientasi kepada pembangunan berkelanjutan berdasarkan pilar *Corporate Social Responsibility* yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Berdasarkan konsep implementasi diatas yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengimplementasian program *Corporate Social Responsibility* sebagai saran peningkatan reputasi. Peneliti melihat bahwa pengimplentasiaan program ini tentunya sesuai dengan rencana yang telah disusun dengan matang sehingga program *Corporate Social Responsibility* ini bisa diadakan dan berjalan secara *continue* dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk bisa meningkatkan dan mempertahankan citra dari lembaga atau perusahaan.

(3) Reputasi

Reputasi merupakan aset penting bagi sebuah lembaga atau perusahaan yang harus dijaga dan juga di bangun untuk mendapatkan kepercayaan dari publiknya. Reputasi yang baik maka akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen dalam mememilih produk, barang dan juga jasa. Citra juga bisa diartikan sebagai kesan seseorang terhadap apa yang mereka ketahui mengenai sesuatu yang berkaitan

dengan lembaga atau perusahaan. Roy Marthin Tarigan (2014) dalam jurnanya yang berjudul Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian volume 1 nomor 6 menyebutkan bahwa reputasi perusahaan merupakan asset yang tidak nyata (*intangible asset*).

Reputasi perusahaan tergantung tindakan apa yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat terlebih bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap targetnya, jika dilaksanakan dengan cukup baik akan mempresentasikan perusahaan atau lembaga yang baik pula dan akan didukung semua aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Reputasi dapat diketahui, dapat diukur, dan dapat diubah sesuai dengan kebutuhan sebuah lembaga itu sendiri. Ardianto (2004:72) menjelaskan bagaimana efek dari komunikasi yang dibentuk sehingga dapat mempengaruhi proses pembentukan citra dari seseorang.

Reputasi perusahaan tidak dapat direayasa di mana citra tidak bisa datang dengan sendirinya tanpa melewati sebuah proses, citra bisa dibentuk oleh masyarakat dengan upaya dibantu oleh proses komunikasi yang dibangun oleh perusahaan untuk membentuk citra yang baik di masyarakat.

Berdasarkan pemaparan mengenai reputasi diatas, peneliti melihat bahwa salah satu proses peningkatan atau pembentukan reputasi di masyarakat adalah bagaimana perusahaan atau lembaga bisa mengkomunikasikannya mengenai sebuah ide gagasan atau kegiatan dan memperkenalkannya kepada masyarakat sehingga dari masyarakat lah reputasi tersebut bisa terbentuk atau ditingkatkan, sama halnya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu Implementasi

program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan.

F. Langkah-Langkah Penelitian

F.1 Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Bakrie Pipe Industries yang berlokasi di Jl. Raya Kaliabang Bungur No. 86 Harapan Jaya, Bekasi Utara, Bekasi. Alasan peneliti memilih tempat ini karena PT. Bakrie Pipe Industries ini merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial dan dilaksanakan secara *continue*. Peneliti juga tertarik kepada program *Corporate Social Responsibility* ini sesuai dengan apa yang dipelajari di universitas dan karena program yang berorientasi langsung kepada masyarakat.

F.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka berfikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan juga perlakuan peneliti terhadap ilmu dan teori. Moleong (2005:5) mengartikan paradigma sebagai kaidah-kaidah yang membentuk atau menjelaskan bagaimana harus dilaksanakan dalam batasan itu supaya tercapai. Dari definisi tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa paradigma adalah seperangkat rencana, ketetapan, asumsi, nilai, metode atau kaidah yang membangun kerangka kerja pelaksanaan sebuah riset.

Penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme ini berprinsip bahwa kebijaksanaan bukan hanya membentuk hasil pengetahuan terhadap fakta, tetapi juga hasil konstruksi gagasan dari subjek

yang diteliti. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik karena berupaya untuk membangun makna lebih dalam mengenai *Corporate Social Responsibility* dari sudut pandang pelaksanaan di PT Bakrie Pipe Industries. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti memilih menggunakan paradigma konstruktivisme untuk mengetahui dan membangun lebih dalam mengenai sebuah fakta, sifat dan kondisi sebuah fenomena yang peneliti angkat yaitu Implementasi Program *Corporate Social Responsibility Corporate Social Responsibility* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi di PT Bakrie Pipe Industries.

F.3 Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitaian yang digunakan oleh peneliti merupakan metode pendekatan kualitatif. Pendektan kualitatif merupakan metode untuk memperdalam data mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai sarana peningkatan Reputasi. Menurut moleong (2005:5) penelitian kualitatif bertujuan untuk menafsirkan fakta narasumber subjek penelitiannya contohnya perbuatan, cara pandang, motivasi, tindakan secara holistic dan dengan memaparkan kedalam format kata-kata, suatu kerangka spesifik yang natural dengan menggunakan metode ilmiah. Sugiyono (2012:4) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dapat digunakan untuk memperoleh data yang mendetail dan bisa mneghasilkan sebuah makna. Makna yang dimaksud adalah data secara mendalam dan merupakan data yang pasti dari suatu nilai, maka dari itu kualitatif tidak menekankan pada generalisasi melainkan kepada makna.

F.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Penelitian analisis

deskriptif mempunyai tujuan untuk membuat analisis secara konkret, tersusun, dan tepat tentang fakta-fakta keadaan dilapangan. Penelitian analisis deskriptif ini menjabarkan fakta yang ada dilapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif karena peneliti akan menjabarkan mengenai realitas yang terikat dengan Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Bakrie Pipe Industries yang bisa berpartisipasi bagi masyarakat, Negara dan juga perusahaan. Berdasarkan pemaparan diatas maka peniliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analsisi deskriptif karena peneliti berusaha untuk menyajikan data sesuai dengan fakta dan menghindari untuk memanipulasi data, menyajikan bagaimana fenomena Implementasi program *Corporate Social Responsibility* ini bisa dilihat dalam konteks alamiah dan apa adanya yang bisa menjadi peran untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

F.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif ini terbagi menjadi kepada dua bagian pokok yaitu sebagai berikut:

- (1) Sumber data primer, data primer merupakan data yang dikumpulkan dari lapangan dengan menggunakan teknik wawancara kepada informan dan juga narasumber, yakni para staf karyawan *Human Resources Development* PT Bakrie Pipe Industries.
- (2) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur seperti buku-buku teori, jurnal, skripsi atau tesis, foto atau gambar, dan lainnya. Pencarian data ini diperlu dilakukan dengan pertimbangan bahwa data-data tersebut yang diperoleh dapat menjadi tolak ukur dari fakta dan

realitas yang terjadi dilapangan.

F.5 Penentuan Informan

Menentukan jawaban dari masalah penelitian serta memenuhi target tujuan penelitian, maka penelitian membutuhkan narasumber yang bisa untuk menjawab atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan dibidang *Corporate Social Responsibility*, yaitu seperti staf karyawan HRD PT. Bakrie Pipe Industries

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah staf HRD dan komunikasi PT Bakrie Pipe Industries dengan kriteria sebagai berikut:

- (1) Informan adalah staf karyawan HRD Bakrie Pipe Industries. Peneliti menentukan kriteria tersebut dengan alasan bahwa informan merupakan individu yang berhubungan langsung dengan kegiatan-kegiatan kehumasan.
- (2) Informan adalah staf karyawan HRD Bakrie Pipe Industries yang menjadi karyawan kurang lebih 2 tahun. Peneliti menggap bahwa dengan bekerja kurang lebih dua tahun maka seseorang yang bekerja di bidang yang sesuai sudah memahami fungsi, peran dan ruang lingkup kerja sekitar CSR.
- (3) Informan adalah staf karyawan markom Bakrie Pipe Industries yang paham dan ikut terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang sesuai dengan penelitian dengann dikaji mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaan.

F.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif, data pokok (data primer) adalah data yang di peroleh

dari hasil sendiri, seperti perkataan serta fenomena-fenomena. Selanjutnya, peneliti akan mencari sumber yang belum terpenuhi dari berbagai kepustakaan terkait. Metode pengumpulan data yang ditetapkan peneliti berupa wawancara mendalam dan pengamatan.

(1) Wawancara mendalam

Wawancara adalah salah satu media pengabungan data berguna dalam penelitian komunikasi kualitatif, yang mengimplikasikan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor). wawancara, peneliti akan berinteraksi langsung narasumber yang mengerti dan menjalani kegiatan yang hendak ditanyakan. Pada penelitian ini memanfaatkan Tanya jawab tak terstruktur atau Tanya jawab mendalam. Mulyana (2006:182) menyebutkan penelitian ini, peneliti menggunakan Tanya jawab mendalam agar mendapatkan penjelasan mengenai fakta yang akan diteliti melalui pikiran dan persektif dari narasumber.

Peneliti juga mengkaji tentang Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* secara mendalam berdasarkan kepada pengalaman dari narasumber. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka (*face to face*). Kegiatan wawancara ini peneliti akan melaksanakan kepada kurang lebih empat orang informan yang berbeda di bagian HRD serta beberapa divisi yang juga terlibat dalam perencanaan program *Corporate Social Responsibility* Perusahaan PT Bakrie Pipe Industries.

(2) Observasi Partisipatori Pasif

Observasi dilakukan dalam melaksanakan pengumpulan, peneliti

melakukan pengamatan terhadap pelaksanaana *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan berpartisipasi dalam aktivitas observasi dapat dimasukan menjadi dua kategori yaitu observasi partisipan dan tak partisipan. Pengamatan langsung di lapangan akan diterapkan oleh peneliti dalam rangka untuk mendapatkan data dan fakta yang berkembang di lapangan. Peneliti akan mengamati kegiatan *Corporate Social Responsibility* di PT Bakrie Pipe Industries.

Peneliti akan melaksanakan kegiatan observasi partisipatori pasif yang pertama dilakukan oleh peneliti adalah pengamatan untuk memperoleh data data mengenai kegiatan implementasi *Corporate Social Responsibility* yang diperoleh dari media sosial Instagram, facebook dan juga website. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan observasi tidak langsung yang dimana peneliti hanya sewaktu-waktu saja meninjau lokasi penelitian.

Metode ini dilakukan oleh peneliti untuk mengamati secara langsung bagaimana keadaan kebijakan program, siapa saja yang menjadi target dari program, dan bagaimana monitoring dan evaluasi pada program *Corporate Social Responsibility* agar bisa mengetahui lebih dalam lagi mengenai Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* yang ada di PT. Bakrie Pipe Industries.

F.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian kualitatif dilakukan pada saat penelitian telah selesai dilakukan, peneliti mencoba mencari definisi atas pengawasan yang telah dilaksanakan, dengan tujuan mendapatkan hasil atas objek analisis tersebut, serta ragam hubungan yang ada di belakang tersebut. Penelitian ini memakai

teknik analisis interaktif yang terpisah menjadi tiga bagian analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

(1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data melalui survey langsung dan melakukan Tanya jawab terhadap informan yang akan memberikan sumbangsih pemikiran terhadap peneliti untuk memperoleh data yang sesuai. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui berbagai sumber seperti Website, Media Sosial seperti Instagram, Facebook yang bisa memberikan informasi, selain itu peneliti bisa mengumpulkan data dari para informan dan juga narasumber terpercaya yang peneliti telah lakukan dengan teknik wawancara mendalam untuk mengumpulkan semua data-data yang peneliti belum dapatkan.

(2) Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang mengkerucutkan memilah, memfokuskan, melepaskan yang penting, sehingga kesimpulan data dapat diambil dengan baik. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan data, mengelompokan data, dan memfokuskan temuan data pada hal penting yang berkaitan dengan Impelementasi Program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Sarana Peningkatan Reputasi Perusahaann, kemudian membuat catatan sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya. Analisis secara menyeluruh terhadap hasil wawancara yang telah dilaksanakan dengan informan, kemudian peneliti melakukan penyusunan data dan menganalisis dengan menggunakan logika ilmiah yang sesuai dengan tema penelitian, menghubungkan antara teori dan fakta yang didapatkan dari narasumber.

(3) Penyajian Data

Penyajian data yang dipakai untuk menyajiakan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Penyampaian dalam bentuk informasi yang rapih dan memudahkan peneliti mengetahui apa yang dan mengambil kesimpulan untuk selanjutnya. Penyajian data dilakukan pada tahap ini oleh peneliti yaitu dengan menyusun informasi yang telah di dapatkan melalui reduksi mengenai Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* menjadi sebuah pernyataan yang bisa untuk ditarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data kualitatif yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk teks naratif yang diurutkan berdasarkan isu dan kebutuhan analisis, pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga bisa menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki sebuah makna yang bisa dipertanggung jawabkan.

(4) Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi

Penarikan kesimpulan teknik analisis dan kualitatif, penarikan kesimpulan bagaimana hasil analisis yang dapat dipakai untuk menarik tindakan. Kesimpulan ini adalah akhir dari suatu pengolahan data dan dapat ditarik kesimpulan. Tahap awal simpulan masih bersifat sementara, kemudian diringkas lagi menjadi rinci, proses penarikan kesimpulan data terus dilakukan sampai selesai dengan menggunakan metode induktif karena itu peneliti tidak membuktikan hipotesis, tetapi lebih pembentukan abstrak berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dikelompokan, proses ini dapat diartikan dan diolah menjadi hasil penelitian.

F.8 Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Survey Awal dan Penentuan lokasi penelitian								
2.	Penyusunan Proposal								
3.	Seminar Proposal								
4.	Pelaksanaan Penelitian								
5.	Pengolahan data, analisis dan penyusunan laporan								
6.	Seminar Hasil								



uin
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG